

## Lo Stereotipo come Modo di (ri)Produzione e Distruzione Segnica: Esempi e Strategie di Sovversione

Francesco Piluso  
Dipartimento di Filosofia e Comunicazione  
Università di Bologna, francesco.piluso2@unibo.it

### Abstract

Considering the stereotype as a simplistic and rough value, as a an approximate meaning, attached to a specific socio-linguistic category, is not completely appropriate. The nucleus of this term is much more related to the mechanisms of serial reproduction and paradoxical emptying of values and meanings. In other words, the stereotype consists in a mode of sign production (and destruction) rather than a product, a given sign (cfr. Eco 1975). Indeed, the concept of “stereotype” has its origins at the end of the 18<sup>th</sup> century and derives from the process of print invented by Firmin Didot called “stereotypy”. Pages with fixed characters constituted matrixes for the serial reproduction of texts, contributing to the wide spreading of this cultural material. Before this invention, other press techniques benefited from such stereotypical mechanism. Stereotypy, meant as a technical and formal category, has been also characterizing much of the cultural production so far. Nowadays, the technique of the stereotype seems to reach its purest form, simultaneously to the development of media. The aim of this paper is to present some cases in which the stereotypy technique and form is constitutive of some cultural and media phenomenon. At the same time, these examples will be useful to trace and develop some strategical and theoretical tools for the subversion of stereotypy itself.

**Keywords:** Seriality, Sign production vs. Sign destruction, Interactivity, Meme Performativity;

### Introduzione

Al di là del senso comune, non è del tutto appropriato considerare lo stereotipo un valore sommario e semplicistico, un significato definito in modo approssimativo, associato ad una specifica categoria socio-linguistica. Principalmente, il nucleo di questo termine ha più a che vedere con il meccanismo di riproduzione seriale e paradossale svuotamento di significati e valori. In altre parole, lo stereotipo costituisce un modo di produzione (e distruzione) segnica piuttosto che un prodotto, un segno già dato (cfr. Eco 1975). Difatti, l'origine del concetto di “stereotipo” risale alla fine del XVIII secolo e deriva dal processo di stampa inventato da Firmin Didot e chiamato appunto “stereotipia”. Pagine con caratteri fissati costituivano delle matrici per la riproduzione seriale di testi e altro materiale culturale, contribuendone alla diffusione su ampia scala. Già prima di questa invenzione, altre tecniche di riproduzione e di stampa, da Gutenberg in poi, si avvalevano di meccanismi di stereotipia *ante litteram*. La stessa riduzione dello stereotipo (e dell'uso dello stesso concetto) ad una categoria puramente formale è ciò che ha caratterizzato molta della produzione culturale (e parte della sua critica) sino ai nostri giorni. Per certi versi, è proprio nella contemporaneità che la tecnica dello stereotipo raggiunge la sua forma più pura parallelamente allo sviluppo dei media. L'obiettivo di questo articolo è quello di presentare alcuni esempi che mostrino i processi di stereotipizzazione che sottendono la riproduzione di alcuni fenomeni culturali, e, attraverso essi, cercare di tracciare delle linee strategiche e teoriche per una loro sovversione.

## 1. Oltre i *Miti d'oggi*

La questione dello stereotipo risulta legata ad una serie di problematiche politiche, sociali e per certi versi morali. Barthes, è forse l'autore che più di tutti nel corso della sua produzione si è occupato della questione dello stereotipo cercando di evidenziarne la componente ideologica attraverso una prospettiva linguistica e formale. Già ne *Il grado zero della scrittura* (1953), egli si pone il problema dello stereotipo come categoria chiave attraverso cui interpretare ogni forma di scrittura. Secondo l'autore, la scrittura si presenta come una "funzione" che regola la relazione tra la creazione letteraria e il panorama sociale entro cui essa si significa, coglie pieno senso: "un atto di solidarietà storica [...] una morale della *forma*" (Barthes 1953: 12). L'intento di Barthes e di un'intera generazione di scrittori e artisti è quello di trovare e sperimentare una sorta di scrittura pura, un suo grado zero appunto, indicale e senza alcuna mediazione simbolico-sociale, ma tale pretesa rimane una consapevole utopia.

Nell'individuare il principio di regolazione sociale costitutivo della scrittura, Barthes mette in evidenza come la stereotipizzazione di un segno avvenga a priori nel momento stesso della sua messa in forma semio-linguistica, nella sua produzione in quanto elemento socialmente significante. La produzione culturale tenta di naturalizzare questo meccanismo di stereotipia attraverso cui i propri contenuti si significano. Tuttavia, la maggior parte delle forme di realismo letterario, proprio nel tentativo di mascherare i procedimenti tecnici e letterari, rivelano "tutti i segni più spettacolari della fabbricazione". Così il grado zero della scrittura si mostra come vera e propria mitologia della letteratura, e l'omonimo libro vuole essere un primo esperimento di decostruzione di tale mito, che anticipa le operazioni sui *Miti d'oggi* (1957) degli anni successivi.

È con questo testo che Barthes opera una critica più rigorosa dei miti, degli stereotipi piccolo-borghesi, e dell'intera produzione culturale di massa. Le immagini, le fotografie, al pari della letteratura realista, nascondono dietro il mito della referenzialità e l'evidenza della realtà oggettiva, il loro artificio ri-produttivo. L'assenza di un codice specifico del medium è soltanto un'illusione a posteriori: Lo strascico è quell'effetto di realtà e di natura *morta*. L'analogia formale tra sistema linguistico e altri sistemi semiotici e oggettuali è dovuta alla stessa necessità critica di svelarne le dinamiche sociali e le finalità ideologiche. È importante rilevare come ciò che caratterizza il mito, lo stereotipo, non è tanto la parola, l'immagine, o l'oggetto in sé, ma il contesto della loro condivisione sociale, il linguaggio specifico del medium che ne regola la modalità attraverso cui questi segni sono a loro volta parlati e dunque ri-prodotti: "il mito non può sorgere dalla 'natura' delle cose, ma ha un preciso fondamento storico" (Barthes 1957: 192). Proprio per questa ragione, al pari di qualunque altro oggetto o discorso sociale, anche una semiologia critica è soggetta a una mitologizzazione. La critica portata avanti da/ai *Miti d'oggi* finisce essa stessa per diventare un prodotto di culto e di consumo: un nuovo mito borghese progressista che usa la sua stessa critica come *vaccino* per la propria legittimazione.

Nonostante questa dinamica, *Miti d'oggi* apre le porte verso un nuovo tipo di sovversione dello stereotipo, non meramente dettata da una sua lettura scientifica e da una conseguente decostruzione critica, ma basata su una mimesi e mimica enfatizzata del meccanismo formale che caratterizza lo stesso stereotipo e la sua costitutiva modalità di riproduzione sociale. L'ipotesi di Barthes è e sarà di portare all'estremo l'artificialità dello stereotipo, di consumarlo e pervertirlo sul suo stesso terreno "perché è all'interno della lingua che la lingua deve essere combattuta, sviata: non già attraverso il messaggio di cui essa è lo strumento, ma attraverso il gioco delle parole di cui essa è teatro" (Barthes 1978: 11). Barthes sembra individuare una nuova possibilità: "mitologizzare il mito, costruire un 'mito artificiale' che rubando il primo mito quanto esso ruba al linguaggio, smaschera in termini paradossali le intenzioni del mito stesso" (Marrone 2003: 59). Così, la critica non deve porsi più su un illusorio piano altro rispetto all'oggetto criticato, ma innescarsi lungo lo stesso campo di azione dello stereotipo, sino a risignificarlo proprio attraverso una sua riproduzione.

## 2. Alcuni esempi

### 2.1. *Catene xilografiche*

Un caso peculiare quanto emblematico di riproduzione stereotipica è quello delle xilografie nel '600. Trattandosi di una tecnica di stampa di immagini estremamente laboriosa e costosa, la stessa xilografia veniva riutilizzata per illustrare diversi racconti e ballate, conferendo alla rappresentazione significati differenti in base al contesto in cui veniva inserita. Tuttavia, il significato delle immagini era solo in parte determinato dall'accostamento ad una determinata narrazione. Progressivamente, le illustrazioni acquisivano senso in base ai loro utilizzi precedenti. Christopher Marsh (2016) e Katie Sisneros (2018) portano avanti un'accurata analisi di questa dinamica di significazione caratteristica della tecnica xilografica.

La xilografia del cosiddetto *how-de-do man* (fig. 1), presente in oltre cento ballate, nella maggior parte dei casi rappresentava una figura positiva, che poteva andare dall'eroe del racconto all'aiutante del protagonista, sino al giovane innamorato. Tuttavia, nella ballata *Strange News from Westmoreland* pubblicata da E. Andrews nel 1660, l'uomo *how-de-do* è associato a un ruolo negativo – un uomo violento che uccide la moglie e si avvicina a Satana. Come sottolinea Sisneros, questo cambiamento non significa che Andrews non fosse a conoscenza del tradizionale utilizzo della xilografia nei testi precedenti. Anzi, è proprio la consapevole differenza rispetto agli utilizzi passati ciò che rende più drammatico e significativo il ruolo dell'uomo *how-de-do*.



Figura 1: xilografia del *how-de-do man*.

Ciò che questo esempio dimostra è come i lettori sviluppassero una determinata competenza enciclopedica (cfr. Eco 1984), di rimandi intertestuali e di come “i tipografi potevano attingere a quell'esperienza usando immagini familiari in contesti sconosciuti per creare un nuovo significato” (Sisneros 2018). In altre parole, il senso delle xilografie rimaneva immanente al loro stesso utilizzo e rifletteva la loro stessa circolazione, così che “i lettori ‘leggevano’ le immagini non solo come rappresentazioni metaforiche della ballata, ma come un punto di riferimento che richiama a una moltitudine di esperienze diffuse nei testi” (ibid.). Ciò che viene attualizzato non è dunque un segno iconico che rimanda ad un'unità di contenuto discreta, ma piuttosto una serie di immagini che nel continuo rimando reciproco riflettono la loro stessa riproducibilità tecnica.

### 2.2. *Serie firmata e firma seriale*

Una stessa perversione della funzione iconica è ciò che caratterizza l'opera d'arte moderna. In *Per una critica dell'economia politica del segno* (1972), Jean Baudrillard traccia una breve rassegna sullo statuto dell'opera nella storia dell'arte. L'autore mette in evidenza come nell'epoca della riproducibilità tecnica dell'opera d'arte<sup>1</sup> la firma diventa un segno necessario a difendere l'autenticità e l'originalità dell'opera stessa dalla minaccia della propria copia. In questa epoca, il

---

<sup>1</sup> Il riferimento è esplicitamente a Walter Benjamin (1936).

valore dell'opera non sta più nel contenuto rappresentato, e dunque nel rapporto *iconico* con un soggetto trascendente. Ciò che viene valorizzato nell'arte moderna è il gesto artistico immanente all'opera, ovvero il rapporto indicale tra la tela e il proprio autore, espresso dalla firma come *indice*. Tuttavia, il marchiare questo rapporto attraverso la firma ne cambia lo statuto: da indice, la firma si presenta come differenza codificata, in termini semiotici, come *simbolo* dell'autorialità in un discorso sociale della/sull'arte. La firma come segno differenziale diventa dispositivo metonimico della riduzione dell'intera gestualità artistica a *differenza*, della sua frammentazione in una *serie* di elementi oggettivati sulla tela. Così, il gesto artistico si significa attraverso la firma come segno della propria assenza lungo la tela, ed è dunque costretto a comprovarsi nella ripetizione di se stesso – dando vita alle cosiddette “serie firmate”.

«La soggettività vi trionfa nella ripetizione meccanica di se stessa [...]Ciò che si compie è un'operazione che rende discontinuo il soggetto e lo ricostituisce gesto dopo gesto, e del quale la firma è l'indice codificato sul terreno socio culturale» (Baudrillard 1974: 107).

Nonostante in questo caso la valorizzazione dell'immagine sta apparentemente nello statuto di unicità e non nella sua capacità rappresentativa (suscettibile di essere replicabile), la gestualità artistica nel marcarsi come segno differenziale tradisce la sua immanenza materiale di segno grafico e viene sussunta all'interno dello stesso meccanismo di serializzazione astratta che caratterizzava la xilografia. In altre parole, la firma diventa marchio e modo di produzione stereotipico dell'opera, dispositivo del suo concepimento e riconoscimento come oggetto-segno artistico nel rimando agli altri elementi della serie e al discorso sulla e dell'arte in generale. Come nel caso dello stereotipo e della xilografia, lo stereotipo nell'opera d'arte moderna si contraddistingue come forma di produzione seriale, meccanismo tecnico-semiotico, al contempo materiale e astratto, che fonda su questa ambivalenza la sua potenza mitica.

### 2.3. *Selfie*

Facendo un salto ai nostri giorni, la produzione culturale contemporanea, soprattutto di immagini, ha mantenuto l'apparente obiettivo di riflettere e far emergere la propria soggettività, la propria *differenza*, sino a rendere l'unicità un vero e proprio stereotipo. In questo quadro, l'esempio della fotografia, e in particolar modo del fenomeno del *selfie*, risulta emblematico. Sin dalle sue origini, la fotografia si presenta come una tipologia di segno ibrida (cfr. Barthes 1980, 1982). La sua componente indessicale, data dall'*hic et nunc* dello scatto, si fonde con la componente iconica, data dalla capacità di rappresentazione e riproduzione del referente. Tuttavia, la fotografia è sempre costellata da una serie di significati simbolici, anche quando questa sembra essere meramente una rappresentazione di un determinato soggetto in uno specifico contesto spazio-temporale. Per certi versi, sono proprio le caratteristiche tecniche e formali di (ri)produzione dell'immagine (le stesse che ne determinano l'aspetto iconico e indessicale) a determinare la valenza simbolica della fotografia. In altre parole, il simbolismo della fotografia non è riscontrabile a livello dell'enunciato, da un contenuto specifico capace di significare un determinato valore, ma da quelle convenzioni e quei codici attraverso cui la fotografia, in generale, è intellegibile come oggetto culturale.

Nel caso del *selfie*, l'aspetto di unicità e di assoluta soggettività del contenuto della fotografia, è controbilanciato da una serie di forme e convenzioni culturali che vanno al di là dello specifico autoscatto e che determinano lo stessa moda di farsi *un selfie*: un'esperienza, o meglio, la mediazione di un'esperienza soggettiva, concepita già per essere un elemento di condivisione social(e) – ed è questa socialità che predetermina l'esperienza stessa. L'oggettivazione culturale di questo gesto soggettivo è data proprio dal marcare la riflessività tra soggetto e oggetto della fotografia, così come lo era tra artista e opera attraverso la firma. In questo modo, il *selfie* diviene



un gesto/indice codificato, uno stereotipo che fa da modello astratto e matrice per la propria riproduzione. Ciò che dà valore al selfie non è dunque lo specifico soggetto/oggetto, ma una performance replicabile da qualunque soggetto/oggetto che si incarna e al contempo codifica astrattamente lungo la superficie della fotografia sotto forma di posa.

#### 2.4. *Strike a Pose!*

Il feticismo della posa è legato al suo presentarsi come frammento astratto dal contesto reale e dalla materialità del corpo, come differenza codificata immanente al linguaggio del medium fotografico o cinematografico. I miti delle riviste, seppur simbolo di mondanità, non sembra abbiano nulla a che fare con il nostro mondo e sono mostrati come figure eteree, prive di gravità, immagini lungo la superficie dello spettacolo. Già Roland Barthes parlava di questi miti nella descrizione de “L’attore di Harcourt”:

“bisogna che siamo presi da turbamento nello scorgere l’immagine olimpica di un attore che, deposta la pelle del mostro agitato, troppo umano, ritrova finalmente la sua essenza atemporale [...] spianato, liscio, il viso levigato dalla virtù, reso aereo dalla luce diffusa [...] ridotto a un viso depurato da ogni movimento [...] la faccia dell’attore sembra raggiungere la sua dimora celeste in un’ascensione senza premura e senza muscoli [...] L’attore ritrova un’essenza rituale di eroe, di archetipo umano, situato al limite delle norme fisiche degli altri uomini” (15-18).

Questo è lo scenario all’interno del quale si colloca criticamente la pratica del *voguing*. Il *voguing* è un tipo di ballo-performance creato e performato da soggettività perlopiù gay, trans e razzializzate sin dagli anni ‘60. L’intento era quello di parodiare lo stile plastico e iconico delle copertine della

rivista *Vogue* come forma di riappropriazione di quell’immaginario egemonico ed esclusivo. Attraverso la parodia venivano portate all’estremo e decostruite le artificialità e contraddizioni sociali soggiacenti l’etereo scenario delle star del mondo dello spettacolo. La riproduzione della posa delle star da parte della soggettività abietta è concepita come pratica di emersione e immissione in quello stesso circuito di immagini attorno al quale si struttura l’appartenenza sociale, il suo desiderio e privilegio: una versione barocca, iperbolica e incarnata del rito di iniziazione alla celebrità:

“Lo studio d’Harcourt fa sorgere un dio [...] è per il giovane attore un rito d’iniziazione, un diploma di appartenenza a un’alta corporazione [...] è l’atto solenne mediante il quale la società intera accetta di astrarlo dalle proprie leggi fisiche e gli assicura la rendita perpetua di un viso che, nel giorno di questo battesimo, riceve in dono tutti i poteri ordinariamente rifiutati alla carne comune” (18).

Così lo spettacolo diviene lo scenario di riproduzione di una serie di stereotipi riguardanti la comunità queer, e in particolar modo, quella omosessuale. Tuttavia, ogni qual volta lo stereotipo

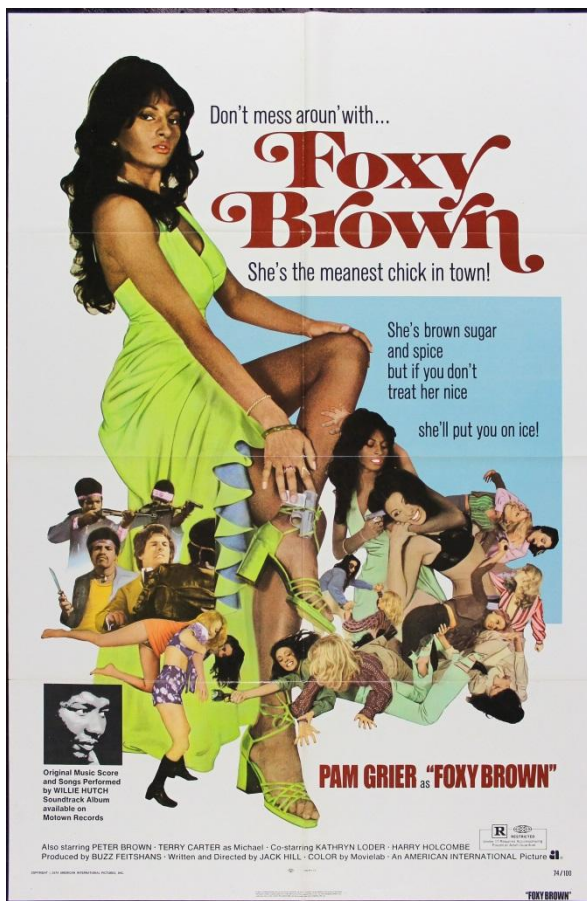


Figura 2: Locandina di Foxye Brown.

si cristallizza come valore identificativo e identitario al contempo si riduce a differenza sino a perdersi e riflettersi lungo il proprio processo di riproduzione formale. L'operazione di Madonna, con il brano Vogue del 1990, è stata quella di riprodurre un pastiche sbiancato del voguing. In *Vogue*, l'immaginario stereotipato viene svuotato delle contraddizioni intersezionali che emergevano dal voguing in quanto parodia incarnata. Così, il testo e il video di Madonna divengono celebrativi della stessa superficie mediatica bianca e classista riproduttrice e mistificatrice di tali contraddizioni.

### 2.5. *Foxie & Jackie Brown*

Anche il fenomeno della Blaxploitation si presenta come un meccanismo di critica parodica e riappropriazione di uno scenario iconico quanto escludente come quello del cinema. Gli stereotipi legati alla comunità afro-americani rappresentati dal cinema hollywoodiano sono riprodotti in maniera iperbolica e votati all'eccesso nei film della Blaxploitation come forma di decostruzione degli stessi. L'intento è di far emergere la soggiacente contraddittorietà e conflittualità sociale sino ad allora appianata e normalizzata dalla produzione bianca mainstream. Anche in questo caso, lo stereotipo si sviluppa e si riproduce all'interno di uno specifico linguaggio, tant'è che il fenomeno della Blaxploitation diviene un vero e proprio genere cinematografico, una ricorrenza di forme e linguaggi (verbali e cinematografici) che definiscono l'oggetto di consumo al di là della specificità del singolo contenuto. Così lo stereotipo cinematografico riprodotto dalla Blaxploitation diviene un modo di produzione e di riconoscimento (cfr. Eco 1975) dei testi che si richiamano l'un l'altro sotto la stessa etichetta di genere.

Con l'uscita di *Jackie Brown* nel 1997, Quentin Tarantino porta all'estremo questa riduzione formale dello stereotipo cinematografico della comunità nera, e del fenomeno della Blaxploitation, che aveva cercato di risignificare e riappropriarsi di tale stereotipo attraverso la sua riproduzione sullo stesso terreno cinematografico. La pellicola mette in atto un esplicito richiamo a *Foxy Brown* (fig. 2), uno dei film più emblematici del filone black, riprendendone grafica e attrice protagonista. Pam Grier viene omaggiata da Tarantino nelle vesti di icona della Blaxploitation, e come tale in una delle sue versioni più eteree, conformi al genere e al medium cinematografico. La corporeità di Pam Grier perde la propria profondità critica per divenire stereotipo delle Blaxploitation come categoria estetica, genere vuoto, il cui significato è appiattito lungo la sua stessa riproduzione cinematografica. Sin dall'intro di *Jackie Brown*, ciò che viene valorizzato è il *profilo* dell'attrice, della star, in una posa plastica che vediamo scorrere lungo una passerella (fig. 3). Ciò che viene scomposto e ricostruito è l'artificio del linguaggio cinematografico senza trascendenza alcuna: estetizzazione della successione di immagini che lascia scorgere la messa in serie del singolo fotogramma. Ancora una volta lo stereotipo non ha nulla a che vedere con la proiezione di un valore del reale, con la sua rappresentazione metaforica, ma si presenta come quel frammento metonimico che suscita l'appagamento feticista verso la totalità di un linguaggio astratto e artificiale.



Figura 3: frame dall'intro di *Jackie Brown*.

## 2.6. *Interattività*

La discriminante nelle serie di fenomeni culturali precedenti è l'incorporazione. Quando lo stereotipo *indica* la relativa categoria di soggetti, tramite un relazione di contiguità fisica, esso conserva ancora la capacità di esprimere determinati valori e di conferire identità alla stessa categoria. In altre parole, quando la soggettività incorpora il proprio stereotipo ha la possibilità di riappropriarsene e di risignificarlo in termini identitari. È stato il caso del voguing e della Blaxploitation, due fenomeni all'interno del quale la corporeità delle soggettività coinvolte era al centro delle rispettive forme di espressione. Invece, nel caso di *Vogue* e *Jackie Brown*, lo stereotipo perde peso lungo la propria rimediazione e diviene riflesso del medium stesso. Così, la conflittualità e materialità del sociale viene talvolta naturalizzata, altre estetizzata e spettacolarizzata, il più delle volte del tutto mistificata.

Una volta che l'utopia del progresso tecnologico e della democratizzazione dell'informazione diviene distopia della smaterializzazione dell'esperienza lungo il flusso mediatico, molti prodotti dell'industria tecnologica tentano di rimediare (a) questo loro stereotipo e di coinvolgere sempre di più lo user, persino su un piano materiale. Per questo motivo, il discorso sull'interattività tra essere umano e macchina diventa l'autonarrazione dominante da parte delle piattaforme digitali. È sicuramente il caso dei social networks, che nascondono la propria autonomia dietro l'epos della soggettività, ma anche di altri tipi di piattaforme che sperimentano questo nuovo dinamica tra soggettività, socializzazione e materializzazione su vecchi medium. Pochi mesi fa Netflix, nello specifico la serie TV *Black Mirror*, ha lanciato in onda il primo episodio televisivo interattivo "Bandersnatch". In questo capitolo della serie distopica, lo spettatore è chiamato a determinare il corso degli eventi attraverso una serie di scelte binarie che compaiono di volta in volta in sovrimpressione (fig. 4) – lo stesso protagonista della storia ad un certo punto è reso cosciente che la sua intera vita realtà è prodotto di queste dinamiche permesse dalla piattaforma "Netflix" (fig. 5).

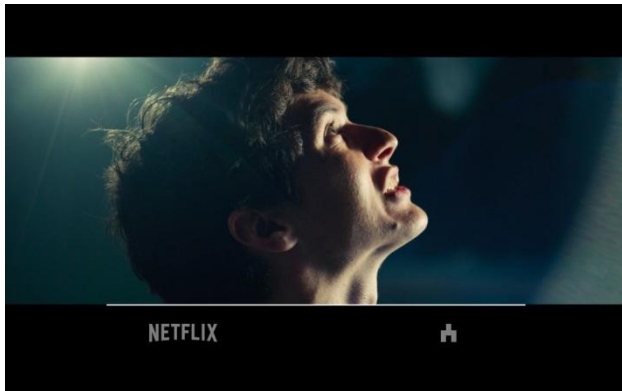


Figura 4: scelta binaria.



Figura 5: riflessività tra contenuto e forma di consumo.

L'eccessivo focus sulla specifica forma di consumo, fa sì che lo sviluppo della narrazione non avvenga più a partire dalla storia enunciata, ma totalmente a livello dell'enunciazione attraverso la novità interattiva. Tuttavia, l'annullamento del contenuto narrativo lungo la forma di consumo, comporta il fatto che il testo non sia più macchina per la stimolazione di un'attività interpretativa, ma piuttosto macchina per la riproduzione e attualizzazione im-mediata di se stesso. Le disgiunzioni di probabilità sono trasformate in futili scelte binarie, volte alla riproduzione di differenze tramite un modello. Dunque, la possibilità di *fare* la storia non è più risultato dell'attività interpretativa del lettore, ma è risultato di un *far fare*, di una manipolazione dello spettatore da parte del testo. Tutto ciò avviene *nonostante*, o meglio, proprio *attraverso* l'interattività che si presenta piuttosto come *operatività pura*, attivazione di una *formula* (cfr. Baudrillard 1990). Il mito della interattività così si presenta come una deriva della cooperazione tra testo e lettore teorizzata da Eco nel *Lector in fabula* (1979). Lo schermo si rompe (come il black mirror nel logo della serie), e lo spettatore concreto si appiattisce e sottopone alla strategia interpretativa del medium, in una scelta *obbligata, tattile, immediata*: (cfr McLuhan 1964; Baudrillard 1976).

La piattaforma Netflix si presenta come vero e proprio mediatore e nodo di incontro (e collasso) tra i piani. Esso, in quanto distributore di contenuti ed esperienze, è il "sistema" che mette in contatto e produce le istanze soggettive del personaggio e dello spettatore, e che si riproduce attraverso loro. In questo senso, Netflix, *Black Mirror*, "Bandersnatch" diventano paradigmatici della nostra cultura di consumo, della nostra socialità e (iper)realtà (post)mediatica (cfr. Eugeni 2015). Una realtà cubista, frammentata, da ricomporre ed esplorare, sia soggettivamente che in maniera oggettivata. Non è un caso che questa poliedricità non sia data dalla visione della stessa storia a partire da diversi punti soggettivi, ma dalla pluralità di storie oggettivate, già date. Il desiderio di conoscere e comprendere tutti i finali possibili concilia sia l'interesse di terminare la storia, la narrazione, ma soprattutto stimola la necessità di completare il gioco, come modello/forma di fruizione. Ciò induce lo spettatore ad una visione e a un uso serializzato della stessa istanza, e ne favorisce un consumo feticistico. Difatti il mondo poliedrico di Bandersnatch è caratterizzato da una continua espansione su altri media e piattaforme attraverso la condivisione di contenuti relativi, quali le *istruzioni* e le *mappe* riguardanti le *serie* di scelte per raggiungere tutti finali possibili. Il mito dell'interattività si attualizza forse più su questo piano, ovvero nella necessità di sistematizzazione (anche nel senso di condivisione in rete) dell'esperienza interattiva e soggettiva all'interno dello stesso ecosistema mediatico in cui la si vive.

In altre parole, i media spingono fino al *pastiche* l'ambivalenza del rapporto tra agency soggettiva e determinismo tecnologico-mediatico, proiettando l'autonarrazione utopico/distopica dello scenario mediatico a livello del modello di fruizione, ad una modalità di consumo e di attivazione dello stesso scenario, così riducendo lo stereotipo dell'interattività a una mera forma mediatica di autoriproduzione del testo— sono io che scelgo? o il medium che sceglie per me? "Bandersnatch"



presenta riflessività su e tra più livelli sino a presentarsi come mito di se stesso: lo stereotipo tende sempre più a svuotarsi e identificarsi con il testo stesso e con l'intero linguaggio mediatico. "Bandersnatch" esemplifica fino a portare all'estremo limite non solo la relazione tra spettatore e prodotto, ma la questione di un'agency soggettiva di fronte ad uno scenario mediatico sempre più integrato, oggettivato e feticizzato nel proprio consumo.

### 2.7. *Meme*

Quest'ultimo paragrafo sui *meme* riguarda uno dei fenomeni più attuali all'interno del panorama mediatico, eppure è forse quello che più di tutti richiama il caso delle xilografia con cui si è aperto questo articolo – un modo per chiudere il cerchio al di là di qualsiasi linearità cronologica. Già Katie Sisneros (2018) nell'articolo citato in precedenza presenta la xilografia come un'antenata dei meme. Difatti, si tratta in entrambi i casi di immagini matrici da utilizzare a seconda del relativo (con)testo per esprimere significati differenti. Il significato di queste immagine stereotipate (che, nel caso dei meme possono essere anche sotto forma di video o, in casi limite, di semplice stile/grafica ricorrente che caratterizza un testo variabile) si sviluppa a partire dalla loro circolazione, e con essa, dalla formazione di un linguaggio *condiviso* dai lettori o dagli utenti delle piattaforme digitali.

In maniera forse più accentuata rispetto alle xilografia, laddove il riferimento agli usi precedenti della stessa immagine era perlopiù utile a comprendere il senso della nuova ballata, il significato dei meme è legato al loro grado di riconoscibilità in quanto "meme", ovvero in quanto medium al di là del contenuto specifico che recano o recavano con sé. Difatti, non qualsiasi contenuto che circola sul web può essere definito come "meme". È necessario che una forma-matrice invariabile presenti di volta in volta nelle sue riproduzioni e circolazioni una serie di variazioni (spesso a livello di testo) che permettano la variabilità del significato, e al contempo preservino il valore di quell'immagine in quanto meme. Lo stereotipo si presenta difatti come invariabilità nella riproduzione. La carica significativa dei meme è dunque spostata ad un livello formale: forma intesa sia a livello figurativo - l'immagine matrice, lo stile, la grafica rimangono invariate - sia in termini più strettamente semiotici - come codice semio-linguistico che permette l'associazione tra espressione e contenuto. In altre parole la forma meme si presenta come modo di produzione segnica, come linguaggio. Il contenuto singolo non può che essere interpretato (ritagliato e prodotto) attraverso questa forma, o per certi versi *formula* di risoluzione (cfr. Baudrillard 1991).

In molti casi, il livello di riflessività e appiattimento del contenuto lungo la forma memetica è portato all'estremo. Se difatti ad un primo livello di analisi, il contenuto del meme può essere un rimando ad altri piani enciclopedici o mondi semantici (per esempio un fatto di cronaca, o un luogo comune, etc...), ad un livello avanzato il rimando è del tutto immanente all'universo mediatico di riferimento, o persino allo stesso scenario memetico (meme che parla di un altro meme, o addirittura di se stesso). Questi esempi di *metamemetica* (fig. 6 e 7) sono esplicitazioni, per certi versi frattali, di un principio che regola qualsiasi meme. Il singolo meme si presenta come differenza metonimica all'interno di un rete/serie memetica, attraverso la quale si riflette e significa.



Figura 6 - esempi di metameme.

Friend: You can't just make the same meme over and over your humor needs to evolve

Me:



Figura 7: relazioni social tramite metameme.

Questa serializzazione e riflessività dello stereotipo è ciò che ne accresce il valore feticizzato e ne stimola un culto da collezionista. Riconoscere il meme in quanto tale è segno di appartenenza ad una rete sociale e culturale - significa prendere parte a una cerchia privilegiata. Le comunità di memers si presentano per certi versi come delle vere e proprie comunità linguistiche, che condividono la conoscenza di un codice per l'interpretazione/produzione/riproduzione di determinati contenuti. Così, non è il contenuto in sé, ma la sua condivisione, la sua circolazione a costituire lo stereotipo che contraddistingue e permette la riproduzione di queste comunità digitali: "Non è mai il feticismo dell'oggetto a sostenere lo scambio nel suo principio, ma il principio dello scambio che sostiene il valore feticizzato dell'oggetto" (Baudrillard 1974: 120)

### 3. Verso una teoria e pratica della performatività

Ancora una volta, concludiamo da dove eravamo partiti, provando a delineare delle analogie (e forse delle sovrapposizioni) negli sviluppi dei processi di stereotipia e della teoria critica su questi stessi processi. In *Miti d'oggi*, la riflessione di Barthes rimane ancora troppo ancorata alla necessità della significazione, di un rimando ad un sistema sociale che informa la lingua e con essa tutti i sistemi semiologici. In altre parole, non viene ancora rilevata quell'autonomia che i sistemi raggiungono attraverso le loro dinamiche di riproduzione. Tuttavia ne *Il sistema della moda* (1967), Barthes nota come, a differenza del costume, il valore dell'abito alla moda si mostra più libero dall'obbligo di esplicitare l'identità sociale dell'individuo e di conferirne un univoco significato culturale. Questa riflessione è portata avanti da Baudrillard (1972; 1976); egli sottolinea come il segno dell'abito di moda "si mette a rinviare a un universo disincantato del significato, denominatore comune del mondo reale, nei confronti del quale nessuno ha più degli obblighi" (1976: 62). La democratizzazione e la proliferazione indeterminata dei segni mistifica le contraddizioni reali e le traduce in differenze codificate all'interno del linguaggio della moda. È questa la logica del sistema, il cui unico obbligo è la propria autoriproduzione attraverso una continua rinnovazione dei propri segni differenziali. Vi è di più, i processi della moda "devono essere applicati più ampiamente all'intera dimensione della 'cultura', all'intera produzione sociale dei segni, dei valori, delle relazioni" (1972: 72). La moda diventa *modello* dell'intera cultura e del suo meccanismo di riproduzione (del) sociale.

Per questi motivi, secondo Baudrillard, una teoria critica e radicale della cultura deve smarcare il proprio oggetto dalla condizione di mero sistema sovrastrutturale che riflette i rapporti materiali di base. Non è in quanto veicoli di contenuti ideologici, di stereotipi a priori, che i linguaggi culturali devono essere riappropriati, ma è in quanto forme di strutturazione e stereotipizzazione delle differenze sociali che devono essere sovvertiti. Baudrillard arriva a tali conclusioni analizzando lo scenario che più caratterizza la produzione culturale oggi, ovvero quello mediatico. La prospettiva formalista dell'autore porta ad un ulteriore superamento dell'espressione di McLuhan *medium is the message* e del relativo idealismo tecnologico: "Ciò che viene comunicato attraverso i *media* non è quanto trasmesso dalla stampa, dalla televisione, dalla radio, ma quanto è ristrutturato dalla forma/segno, articolati in modelli, retto da un codice" (1972: 189). Questa astrazione dal contenuto e dallo stesso mezzo specifico di produzione è ciò che conferisce ai linguaggi culturali la loro autonomia e capacità modellizzante - perfezione e coerenza logica che costituiscono al contempo un rischio di totale volatilizzazione.

Difatti, se in *Per una critica della economia politica del segno* (1972), Baudrillard inizia a delineare i meccanismi di riproduzione formale della differenziazione sociale, ne *Lo scambio simbolico e la morte* (1976), l'autore avanza un'ipotesi strategica, ponendo una vera e propria sfida al sistema socio-culturale sul suo stesso terreno:

«Ogni sistema che si avvicina ad un'operatività perfetta è prossimo alla sua perdita [...] è l'ambivalenza che attende al varco i sistemi più perfezionati, quelli che sono riusciti a divinizzare il proprio principio di funzionamento [...] D'onde la loro fragilità che cresce proporzionalmente alla loro coerenza ideale [...] è la ragione per cui l'unica strategia è catastrofica, e nient'affatto dialettica. Bisogna spingere le cose al limite, dove del tutto naturalmente esse si capovolgono e si sfasciano [...]» (Baudrillard 1976: 14).

È questo lo scenario e la strategia attraverso la quale si strutturano alcuni dei casi mostrati in precedenza. Una modalità di sfida, di riappropriazione dello stereotipo sullo stesso campo di battaglia, nel bene e nel male, o persino al di là di qualsiasi valorizzazione morale e ideologica. La catena di rimodulazioni è ciò che consolida la norma ma che rischia anche di cambiarla di segno. In tutti gli esempi analizzati, si mette in evidenza come la ripetizione si presenti come un'arma a doppio taglio, capace di cristallizzare una determinata unità di contenuto e al contempo dissolverla. La posta in gioco però è ancora più alta: si tratta di far implodere lo stesso modello di riproduzione delle differenze, forzarne i meccanismi, hackerarne i codici. È questo il caso della performatività di genere (cfr. Butler 1990), laddove portare all'eccesso la performance stereotipica di uno dei due generi (più maschio del maschio, più donna della donna) mette in evidenza l'artificiosità del modello della differenza sino a sfaldarne l'impostazione binaria. Così facendo, lo stereotipo si positivizza, ovvero emancipa il proprio valore dalla relazione con il termine relativo e dalla stessa struttura. Il genere, scevro da qualsiasi determinazione essenzialista può essere performato in maniera sovversiva e nei termini di una sfida fatale, spesso anche verso se stessi\*. Tuttavia non si tratta meramente di una libera scelta d'espressione, o di una critica rispetto l'imposizione sociale del genere in relazione al sesso biologico. La performance fa saltare qualsiasi dialettica tra interno/esterno, natura/cultura, essere/apparire, sesso/genere e si pone come pratica codificata e al contempo incorporata (cfr. Butler 1994).

L'incorporazione nella performance è indice non solo di una consapevolezza delle modalità di riproduzione degli stereotipi, ma anche di una loro riappropriazione e reversibilità che mette in crisi l'egemonia e l'accumulazione di potere da parte dei codici egemoni. Questo aspetto conduce alla teoria dello *scambio simbolico* e alle possibilità di un suo effettivo ripristino. Baudrillard (1976) mette in luce come in molte società arcaiche il potere spetti a colui che può dare, e al quale non può essere restituito nulla. La rottura dello scambio simbolico istituisce un monopolio del privilegio del dono che spezza l'equilibrio sociale. La stessa dinamica di privilegio e potere si ripresenta tuttora,

dove l'attuale costruzione dei media, e in generale dei sistemi di differenziazione culturale, è fondata sulla seguente definizione:

«essi sono ciò che proibisce per sempre una risposta, che rende impossibile ogni processo di scambio (tranne che sotto forma di una simulazione di risposta, una forma integrata al processo di emissione; ciò che non cambia nulla all'unilateralità della comunicazione). In questo consiste la loro vera astrazione; ed è su questa che si fonda il sistema di controllo sociale e di potere» (Baudrillard 1972: 184).

Ciò che avviene nella performance è che lo stereotipo, da semplice oggetto di consumo mediato, diventa materiale di produzione consapevole della propria soggettività. Si tratta di una risposta attiva e incorporata alle modalità di soggettivazione imposte dai linguaggi egemoni, e dunque di un ripristino dello scambio simbolico. A questo punto, tocca nuovamente al sistema dover rispondere alla sfida al fine di ripristinare il proprio credito e potere: ma come contraccambiare il dono di una consapevole ridicolizzazione e, per certi versi, mortificazione del sé se non con la propria stessa ridicolizzazione e mortificazione? È questa la sfida fatale posta dallo stereotipo al proprio sistema di riproduzione:

«esso si avvicina, allo stesso tempo, al potere assoluto e al ridicolo totale, cioè alla sovversione immediata [...] è il caso dei sistemi chiusi metastabilizzati, funzionali o cibernetici, che sono attesi al varco dalla derisione, la sovversione istantanea in un batter d'occhio [...] Contro un sistema iperrealista, l'unica strategia è patafasica: in qualche modo, 'una scienza delle soluzioni immaginarie, cioè una fantascienza del rivolgersi del sistema contro se stesso» (1976: 14-15).

## Riferimenti bibliografici

- BARTHES, R. (1953), *Le degré zéro de l'écriture*, Paris, Seuil (trad. it. *Il grado zero della scrittura*, Milano, Lerici, 1960).
- BARTHES, R. (1957), *Mythologies*, Paris, Seuil (trad. it. *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi, 1974).
- BARTHES, R. (1967), *Système de la mode*, Paris, Seuil (trad. it. *Sistema della moda*, Torino, Einaudi, 1970).
- BARTHES, R. (1978), *Leçon*, Paris, Seuil (trad. it. *Lezione*, Torino, Einaudi, 1981).
- BARTHES, R. (1980), *La chambre claire*, Paris, Seuil (trad. it. *La camera oscura*, Torino, Einaudi, 1980).
- BARTHES, R. (1982), *L'obvie et l'obtus. Essais critiques III*, Paris, Seuil (trad. it. *L'ovvio e l'ottuso*, Torino, Einaudi, 1985).
- BAUDRILLARD, J. (1972), *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Editions Gallimard (trad. it. *Per una critica della economia politica del segno*, Milano, Gabriele Mazzotta editore, 1974).
- BAUDRILLARD, J. (1976), *L'échange symbolique et la mort*, Editions Gallimard, Paris (trad. it. *Lo scambio simbolico e la morte*, Milano, Feltrinelli, 1990).
- BAUDRILLARD, J. (1990), *La transparence du mal*, Paris, Editions Galilée.
- BENJAMIN, W. (1936), *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproduction mécanisée*, Paris, Editions Gallimard (trad. it. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi, 1966).



- BUTLER, J. (1990), *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*, New York, Routledge.
- BUTLER, J. (1993), *Bodies that matter: On the discursive limits of sex*, New York: Routledge.
- ECO, U. (1975), *Trattato di semiotica generale*, Milano, Bompiani.
- ECO, U. (1979), *Lector in fabula*, Milano, Bompiani.
- ECO, U. (1984), *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Milano, Bompiani.
- EUGENI, R. (2015), *La condizione post-mediale. Media, linguaggi e narrazioni*, Brescia, Editrice La Scuola.
- MARRONE, G. (2003), *Il Sistema di Barthes*. Milano: Bompiani.
- MARSH, C. (2016), "A Woodcut and Its Wanderings in Seventeenth-Century England" in *Huntington Library Quarterly*, n. 79.2, pp. 245 – 262.
- MCLUHAN, M. (1964), *Understanding Media: The Extension of Man*, New York, McGraw-Hill.
- SISNEROS, K. (2018), "Early Modern Memes: The Reuse and Recycling of Woodcuts in 17th-Century English Popular Print" in *The Public Domain Review* (trad. it. "Alle radici dei meme: Il riuso delle xilografie del diciassettesimo secolo" in *L'indiscreto*, 2018)