

CI TOLGONO LA PAROLA. Di Antonio De Felip.

 domus-europa.eu/2022/02/18/ci-tolgono-la-parola-di-antonio-de-felip/

February 18, 2022

Così narra un'antica leggenda della Val d'Ossola: *“Dopo aver creato tutte le cose, il Buon Dio cominciò a dare loro dei nomi e disse loro: siete vive perché avete un nome. Il vostro nome è la vostra anima. Non fatevi togliere il nome perché sareste morte. Non fatevi cambiare il nome perché sareste schiave di chi ve lo ha cambiato”*.

Un ambito in cui l'azione sovversiva della dittatura del *politically correct*, del progressismo *liberal* e anticristiano in tutte le sue forme, è stata sistematica, pervasiva, ma spesso sottile, inavvertita e di lungo periodo (prova questa di una strategia preordinata) è quello della **perversione della lingua e delle parole**. Le parole servono, ovviamente, per comunicare. E' attraverso le parole che noi diamo senso e significato al mondo, ai concetti, alle idee, ai valori. Di più: noi pensiamo con le parole, con esse stabiliamo i concetti pensati.

Pervertendo il significato delle parole, introducendo nuovi termini che s'incaricano di trasmettere non solo un concetto, ma anche un giudizio di valore, **impedendo l'uso di altre parole**, giudicate offensive, si influenza non solo la comunicazione, ma anche il significato della stessa. Di più: si influenzano le idee, il modo di pensare, i valori stessi, le mentalità collettive. Con le parole si cambia il mondo. Negli ultimi anni, gli *spin doctor* della sovversione hanno lavorato intensamente per cambiare il senso delle parole, introdurre parole-concetti, parole-valori, caricando di significato positivo o negativo alcune parole chiave, obliterando altre presenti nel nostro lessico ma sgradite ai signori del caos, usando altre come clave per squalificare, minacciare, ridurre al silenzio gli avversari. Scrivono Paolo Gulisano e Gianluca Marletta nel loro libro *“L'ultima religione”*: *“La neo-lingua non è solo l'imposizione di nuovi termini al posto di quelli vecchi ma, letteralmente, la trasformazione del pensiero: se non vi saranno più parole per esprimere un concetto, il concetto stesso sparirà.”* Basti pensare a termini quali *“fascista”*, *“razzista”*, *“populista”*: non sono delle definizioni, sono delle minacce squalificanti, che prescindono da ogni doverosa e oggettiva analisi storica e politica. Ancora, pensiamo a parole assenti nel lessico solo qualche anno fa, ma che consentono una trasmissione inconsapevole di idee e tabù sovversivi, come *“omofobia”*, *“femminicidio”*, *“xenofobia”*, *“sessismo”*, *“specismo”*. Caso classico, e ormai storico, è l'imposizione, da parte delle *lobby*, del frivolo, *“empatico”* e positivo termine *“gay”* in luogo del più neutro e medico *“omosessuale”* o del severo e biblico *“sodomita”* (ovviamente sono severamente banditi, e talvolta penalmente sanzionati, i vari termini derisori dialettali e semi dialettali a tutti ben noti). Così, attraverso la simpatica frivolezza del termine, viene moralmente sdoganato, se non esaltato, il comportamento.

Emblematico il citato caso del termine di **“femminicidio”**, obbrobrio lessicale, grammaticale e sociologico-penale, che ha lo scopo precipuo di demonizzare il grande nemico dei tempi moderni, il Grande Satana del Politicamente Corretto, **l'Uomo Bianco**, Europeo, Eterosessuale, Cristiano, considerato **colpevole di ogni delitto**: il colonialismo,

le carestie nel terzo mondo, la deforestazione in Amazzonia, la distruzione della natura e alla conseguente generazione dei virus, la persecuzione di neri e omosessuali. E ovviamente, allo sterminio sistematico delle donne. Quante volte l'abbiamo sentito nei telegiornali: "*ennesimo femminicidio...*". Femminicidi ovviamente dovuti all'imperante ideologia "maschilista", orribile perversione intrinseca all'uomo bianco eterosessuale.

Poi, ci sono le parole proibite, quali "*clandestino*". "*zingaro*" oppure "*negro*". Pochi sanno che esiste una censoria "Carta di Roma", redatta dalla Federazione Nazionale della Stampa e imposta dall'Ordine dei Giornalisti come parte integrante del "Testo Unico dei doveri del giornalista", che vieta espressamente l'uso di questi termini. D'altronde, lo stravolgimento e il contorsionismo linguistico vengono da lontano. Anche negli USA il termine "*nigger*" è così stigmatizzato che alcuni editori sono arrivati a **censurare i testi di Mark Twain**, come *Le avventure di Huckleberry Finn*, dove questo termine popolare viene usato spessissimo. Pochi sanno che il titolo originale del racconto di Agatha Christie *Dieci piccoli indiani* era in realtà *Ten little niggers*, titolo riferito a una filastrocca inglese, a cui la dittatura della *politically correctness*, già attiva all'epoca, impose di cambiare nome.

Poi vi sono le parole-mantra, dal significato indefinito, dal senso non precisato, ma che hanno lo scopo di trasmettere, di evocare implicitamente un'ideologia, al di là della loro razionalità intrinseca: parole come "*sostenibilità*", "*resilienza*", "*transizione ecologica*", ad esempio, sono strumenti per l'imposizione sociale del dogma della "crisi climatica di origine antropica", mai dimostrato scientificamente, ma entrato a far parte del pantheon ideologico dell'Unione Europea.

Come siamo arrivati a tutto ciò? Questa gigantesca opera di spostamento di senso, di re-ingegnerizzazione sociale attraverso una scientifica, pianificata corruzione del linguaggio è stata resa possibile dal dominio quasi totalitario della setta *liberal* della stampa, delle televisioni, del mondo accademico, dell'editoria, degli *opinion maker*. Il tutto accompagnato all'intimidazione, alle minacce, alle sanzioni, sociali nel migliore dei casi, spesso professionali e penali. Con tale totalitaria potenza di fuoco, è stato facile per le lobby mondialiste imporre parole, significati, divieti. Privandoci del linguaggio, **ci vogliono privare della comprensione del mondo**. Ammoniva il filosofo cattolico Emanuele Samek Lodovici: "*Chi non ha le parole, non ha le cose*".

Perché questa perversione che corrode la nostra società e la nostra comunicazione? C'è una causa prossima: **imporre una globalizzazione** che ci renda tutti omologati, perfetti consumatori di un mercato mondiale che necessita un mondo meticciano e privato di ogni identità, di ogni ancoraggio culturale, civile, storico, religioso. Privarci delle radici insomma. Ma c'è una causa remota, più oscura, infera: l'eterno odio gnostico per la realtà, la verità, che vanno pervertite, distorte o negate. Cos'è, se non questo, l'imposizione, ad esempio, della sostituzione di "*padre*" e "*madre*" con "*genitore 1*" e "*genitore 2*"?

Come si arriva a questa perversione della realtà attraverso la perversione delle parole che lo descrivono? Simpaticamente esplicativo è questo pezzo di un articolo della giornalista Daniela Mattalia: "*Funziona così: si prende una mela e la si chiama – per*

decreto o per decisione di qualche politico in stile Laura Boldrini – pera. Poi si redarguisce (o si querela o si esclude dal dibattito) chiunque si ostini a dire: “Ehi, guardate che quella è una mela!”. Col passare del tempo, il linguaggio si modifica: si cominciano a chiamare pere quelle che sono a tutti gli effetti mele. Modificando il linguaggio si modifica la realtà.”

A proposito di mele, di parole e di realtà: pare che San Tommaso aprisse la prima lezione di ogni anno di studi all’Università di Parigi mettendo una mela sul leggio e dicendo: *“Questa è una mela. Chi non è d’accordo se ne può andare”*. Aneddoto forse improbabile data la naturale mitezza del Dottore Angelico, ma coerente con la sua filosofia realista e significativo dell’importanza di difendere la realtà e la corrispondenza veritativa delle parole con le cose.

Siamo ancora in tempo per fermare questo processo di degradazione del linguaggio, di restaurare quella che Attilio Mordini definiva *“Verità di linguaggio”*? Sì, siamo ancora in tempo, se riusciamo a conseguire un sufficiente grado di consapevolezza e di coraggio di combattere per la verità delle parole in tutti gli ambiti, piccoli o grandi, in cui operiamo. Facciamo nostro l’aforisma di Nicolás Gómez Dávila: *“Chi accetta il lessico del nemico si arrende senza saperlo”*

Antonio de Felip

Per un conflitto culturale

Pietro Savastio

11 Febbraio 2022

immaginario

f t p +

Per rispondere all'assalto degli immaginari operato dai mass media bisogna contendere il terreno delle rappresentazioni, della pubblicità e della propaganda

La realtà aggregata è sempre educante: essa è rappresentabile come un fascio articolato di pensieri, idee, simboli, immagini che contribuiscono a produrre e riprodurre modi di pensare e agire.

Questa considerazione permette da subito di complicare il quadro dell'esperienza formativa. Non è ovviamente né solo a scuola né solo in famiglia che mutuiamo sensibilità e visioni, ma c'è tutto un intorno da considerare. Per dirla con il pedagogista Mario Pollo, occorre tener conto che «l'educazione della persona non è soggetta solo all'influenza particolare di individui, come i genitori, gli insegnanti, gli amici, ecc. ma anche, se non soprattutto, alle influenze collettive, come la cultura sociale, l'ambiente naturale e sociale, i mass media e altro». In questo senso potremmo considerare educative tutte le pratiche che influiscono sul modo di essere dell'individuo, intenzionali o meno che siano.

Seguendo la tassonomia di Franco Frabboni è possibile distinguere tre tipi di educazioni: l'educazione formale (la scuola) l'educazione non formale (la famiglia, i doposcuola, gli scout, ecc.) e l'educazione informale (spazi mediatici e la cultura di mercato). Così facendo il discorso sull'educazione si allarga ben oltre i confini della scuola e dell'esperienza locale per abbracciare tutta la sfera sociale allargata, sia reale che virtuale. Sul piano politico, allora, è utile e interessante porre un interrogativo che riguarda i luoghi di produzione dell'io singolare e collettivo: dove nasce la persona di oggi? O, in altri termini: dove e come avvengono i processi di soggettivazione? Per quali vie si determinano gli individui, i loro pensieri e dunque la società come aggregato?

Per rispondere a tale questione ritengo utile concentrarsi sull'educazione non formale e posizionarsi nella prospettiva riguardante il «capitalismo culturale» così come definito da Frederic Jameson. Nell'opera *Postmodernism: or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, Jameson spiega come l'epoca contemporanea sia caratterizzata da una colonizzazione della sfera culturale da parte del capitalismo estetico. Se in precedenza la sfera culturale aveva mantenuto una parziale (e feconda) autonomia dalle logiche commerciali, la nuova «logica culturale del capitalismo transnazionale» cominciata con gli anni Ottanta apre una fase inedita, in cui gli interessi economici del capitalismo sono in grado di modellare indirettamente la cultura di massa e le ideologie attraverso gli apparati tecnici e mass-mediali. Così facendo il capitalismo contemporaneo colonizza i pensieri e i modi di vita delle persone nella direzione di nuovi consumi. È il trionfo dell'educazione non formale che innervando i contesti sociali e familiari degli apprendimenti liberi e inattesi trasforma le nostre esperienze di vita e produce nuove coscienze.

Seguendo questo filo di pensiero, è possibile ricomprendere i processi di formazione in una matrice culturale: il sistema capitalista si riproduce perché esiste un ampio e ricco apparato di manipolazione degli immaginari e delle coscienze. In questo senso le consonanze sono forti innanzitutto con il discorso di Pierre Bourdieu sulla «violenza simbolica». Nel suo lavoro, infatti, il sociologo francese insiste sull'importanza dei fattori culturali e simbolici come meccanismi di riproduzione delle gerarchie sociali. Nel criticare il primato dato ai fattori economici nelle concezioni marxiste, Bourdieu privilegia un modello analitico che sottolinea la capacità degli agenti in posizione dominante di imporre le loro produzioni culturali e simboliche, ovviamente a proprio vantaggio. In questo modo si normalizzano e si naturalizzano ordini sociali, gerarchie, modi di vita che sono propri del capitalismo competitivo e consumistico.

Questo discorso nell'epoca in cui la presa di parola pare essersi democratizzata può sembrare datato. Eppure, anche oggi che l'accesso a Internet è quasi universale, sebbene all'apparenza lo smartphone consenta a (quasi) tutti e tutte la produzione di contenuti culturali, il potere di plasmare la cultura e le informazioni circolanti resta ancora saldamente nelle mani di chi detiene le infrastrutture culturali che innervano la società.

Insomma, il potere di produrre cultura resta distribuito in maniera profondamente diseguale. Il web è certamente costellato anche di cosiddetti *User Generated Content* ma resta il problema di un'industria culturale pervasiva, ancora sostanzialmente verticista e privata, diretta a fini commerciali.

Recentemente il filosofo Bernard Stiegler nel suo *La miseria simbolica*, ha approfondito questo discorso parlando dello stretto rapporto esistente tra estetica e politica mostrando i meccanismi attraverso cui l'immaginario delle coscienze viene colonizzato a opera delle tecnologie ipermediali. Egli scrive: «la nostra epoca si caratterizza come presa di controllo del simbolico da parte della tecnologia industriale, laddove l'estetica è diventata al contempo l'arma e il teatro della guerra economica». Ci troviamo in presenza di veri e propri «persuasori occulti», come li chiamava Vance Packard, ossia dei professionisti della psiche ingaggiati da aziende commerciali che narcotizzano una moltitudine di individui per ricavarne profitto. Così con il Marcuse de *L'uomo a una dimensione* possiamo dire che «i prodotti indottrinano e manipolano; [...] E a mano a mano che questi prodotti benefici sono messi alla portata di un numero crescente di individui in un maggior numero di classi sociali, l'indottrinamento di cui essi sono veicolo cessa di essere pubblicità: diventa un modo di vivere». Portando l'analisi soprattutto sull'industria cinematografica, si potrebbe parlare di «industria dell'immaginario», un'industria che plasma i sogni collettivi in un impasto di realtà e desiderio, produzione mirata al consumo e aspettative inconse.

Sotto questa luce, le coscienze si configurano come la risultante dell'incontro/scontro tra strutture formative diverse come la famiglia, il quartiere, la scuola cui si sommano i mass media e le «tecnologie del dominio» (per usare un'espressione del Gruppo Ippolita). Perciò, da un punto di vista analitico, se si vogliono comprendere i processi formativi in atto nella società, occorre definire un'accurata pedagogia per ciascuna delle aree che contribuiscono a strutturare l'attuale assetto culturale: si tratta di mettere insieme e collegare una pedagogia del cinema, una pedagogia dei social media, una pedagogia della televisione ma anche, ovviamente, una pedagogia del sindacato, una pedagogia della chiesa, una pedagogia della scuola, e così via.

Di ciascuna di queste aree andrebbero poi considerati i target di riferimento e il peso specifico proprio perché, è ovvio, i consumi sono diversificati a seconda delle platee. Il peso relativo di ciascuna di queste agenzie formative è diversificato in base alla classe socio-culturale che si prende a riferimento. C'è chi legge i quotidiani e chi guarda la televisione; c'è chi passa molto tempo sui social e chi fa assemblee politiche. Questi «consumi culturali» hanno contenuti molto diversi e incidono su classi sociali differenti producendo esiti «coscienziali» (o anche educativi) diversificati. Oggi, allora, vista la diffusione pervasiva delle esperienze estetico-digitali, occorre riconoscere come faccia più egemonia Squid Game di quanta non ne faccia la scuola pubblica o il quotidiano *La Repubblica*. E quel che è grave è che ciò sfugge alla maggior parte degli analisti, dei militanti e dei ricercatori che di questi temi si occupano. Gli stessi militanti spesso continuano a scrivere e riscrivere analisi, critiche e decostruzioni senza porsi il tema della diffusione di un «nuovo sentire» attraverso adeguate infrastrutture formative.

Proprio dal punto di vista dell'analisi del sistema formativo informale i discorsi sulla cultura dominante sembrano soffrire di una certa dissonanza cognitiva. Nelle bolle della borghesia cognitiva la televisione sembra morta e stramorta e il web ancora una «realtà virtuale», eppure Sanremo fa il boom di ascolti, Chiara Ferragni è più famosa di Che Guevara, e ad addomesticare il senso comune ci pensano **Kim Kardashian** e Kanye West. Esiste, insomma, una cultura di massa con la quale occorre fare i conti se si intende ragionare nei termini tutti politici di una egemonia culturale da costruire. E questa egemonia, oggi, si produce con i mezzi estetici ed è importante riconoscere l'elemento artificiale della cultura che anziché essere sostanza intangibile è prodotto materiale e costruito ad arte. A tal proposito risultano utili le parole del sociologo Dwight Macdonald contenute in *Controamerica*:

“
La Cultura di Massa [...] viene da sopra: è fabbricata da tecnici al servizio degli affaristi. Essi provano questo e quello, e se qualcosa piace alla direzione commerciale, cercano di far soldi con prodotti similari, come i consumer-researchers con un nuovo cereale, o un biologo pavloviano incappato in un riflesso che egli crede possa esser condizionato. Una cosa è soddisfare i gusti popolari, come faceva la poesia di Robert Burns, e un'altra è sfruttarli, come fa Hollywood.
”

A questo punto la questione si fa eminentemente politica: se la produzione culturale gioca un ruolo così determinante nella definizione delle coscienze e, dunque, del nostro comune sentire socio-politico da cui dipendono in ultima istanza gli assetti sociali, la contesa dell'ordine simbolico è una contesa strettamente politica.

Dal punto di vista giacobino e socialista ciò comporta delle conseguenze strategiche chiare: se si vuole rispondere all'assalto degli immaginari operato dai «mezzi di distrazione di massa» intenti a cucinare format pensati e somministrati artificialmente, occorre contendere il terreno delle rappresentazioni, della pubblicità e della propaganda.

Un esempio virtuoso in questo senso, anche se datato, è certamente quello di *Adbusters Magazine* che ha provato a introdurre il concerto di *subvertising* nelle pratiche illustrative. Una specie di alter-marketing di cui la guerra memetica condotta a sinistra da **Automatizzato Comunismo Memetico** è l'evoluzione naturale. In generale, virtuosi sono tutti quegli esperimenti che provano a riscrivere la nostra rappresentazione della realtà lavorando sul piano simbolico e immaginifico. Così le ultime uscite de *La rappresentante di lista* che fa il pugno chiuso a Sanremo e dice «stop greenwashing» cantando canzoni sulla fine del mondo ha esattamente quella valenza simbolica e immaginifica di cui oggi abbiamo bisogno per abitare gli ambienti pop, per intaccare il mainstream culturale. Lo stesso vale per Giovanni Truppi che canta *Nella mia ora di libertà* di De André e poi posta su Facebook e Instagram dicendo che secondo lui dovremmo non solo essere anticapitalisti ma contro gli ordini sociali del dominio (con tanto di foto di cuore dell'anarchia). Vogliamo stare nella contemporaneità e provare a riscrivere l'ordine del discorso o questi esempi sono troppo pop per la nostra nicchia borghese?

Innanzitutto, allora, al di là degli episodi isolati, occorre cominciare ad agire con cognizione un conflitto sul piano degli immaginari per contendere l'ordine egemonico. A tal proposito diviene opportuno differenziare il concetto di «socializzazione» come insieme di esperienze, modalità comportamentali e stili di vita acquisiti sul campo informale e il concetto di «educazione» (o meglio «educazioni») come progetto esplicito e intenzionale di formazione delle sensibilità. In tal senso, se vogliamo fare politica culturale, abbiamo bisogno di un nuovo progetto educativo decentralizzato, ossia di un nuovo progetto politico-culturale di sensibilizzazione delle coscienze. Bisogna scomporre gli immaginari attuali e ricostruirli da capo. Abbracciando le posizioni della pedagogia utopica e rivoluzionaria di Anton Makarenko siamo chiamati a fare *l'uomo nuovo* (inteso, naturalmente, come essere umano), con tutti i mezzi a disposizione. Si tratta, insomma, di plasmare la realtà culturale in modo diverso da come facciamo oggi, opponendo una guerriglia culturale a tutto campo alla propaganda unificata del marketing e della cultura di massa quando gretta.

Personalmente ho trovato nella scuola e nell'educazione territoriale il luogo in cui impegnarmi direttamente per mettere in circolo idee e immaginari alternativi perché lo considero uno spazio ancora immune (per lo più) dalle libere ingerenze del mercato. Lì ancora esiste un insieme di persone che si incontrano nello spazio pubblico e aperto e provano (in tanti casi) a opporsi alle influenze competitive, mortifere e consumistiche del capitalismo. La scuola è un enorme dispositivo «universale» che si pone sul piano delle idee, dei saperi e delle condotte, perciò ritengo vada presidiato. Ma questo piano, da solo, non basta più, proprio per le ragioni che si sono dette sopra, proprio per la pervasività di una cultura capitalistica fondata sulla competizione, il successo e l'apparire diffuso a media unificati. In generale, allora, la militanza va concepita come un'azione diversificata e stratificata, dal cinema ai social, dalla televisione alla musica, di promozione di una nuova pedagogia pubblica che sappia invertire i valori dominanti.

Urge dunque mettere in campo un ventaglio di nuove pratiche plurali che si offrano come base per un piano d'azione. Una sincera chiamata alle armi, un impegno di lungo periodo, calmo, fiducioso, solerte che guidi nella pratica coloro che vogliono invertire la rotta e rimettere le persone e le comunità al centro. Bisogna riappropriarsi della cultura e delle forme di educazione in senso ampio, con la fiducia che tutti i processi culturali e sociali siano storici e transitori, formati dal condizionamento di reti e processi produttivi. Ieri era così, oggi è così e domani sarà ancora così. Le idee e gli immaginari cambiano, sono cambiati e possono cambiare. Rinunciare al tentativo di trasformare i linguaggi e le coscienze, è rinunciare a fare politica. Oggi più che mai bisogna schierarsi, agire e contaminare le strutture esistenti. Occorre, insomma, ritornare a educarsi abitando con consapevolezza il conflitto culturale, tanto a scuola quanto nelle arti o sul web.

**Pietro Savastio è ricercatore sociale e insegnante. Lavora a Napoli in una scuola elementare e svolge attività di ricerca e azione con il centro territoriale Mammuto di Scampia*

La cultura nell'epoca dell'immersione

Adam Stoneman

25 Gennaio 2022

immaginario

f t p +

Il dilagare delle rappresentazioni immersive mette al primo posto le sensazioni individuali a scapito delle esperienze condivise e dei ragionamenti collettivi. Esiste una via d'uscita?

Cosa significa vedere un'opera *da dentro*? Di recente ho sperimentato *Il giardino delle delizie* di Hieronymus Bosch in realtà virtuale in un museo locale. Collegato l'auricolare, ho rotolato su una pista invisibile attraverso colline verdeggianti, oltre figure animate di angeli vendicativi e creature ibride, sussultando e salutando. Ho osservato il mondo di Bosch come se fosse illuminato dalle luci di Natale.

Il viaggio si è interrotto dopo circa cinque minuti, allora mi sono tolto gli occhiali, ho sbattuto le palpebre e mi sono strofinato gli occhi. Il formicolio della nausea ha lasciato il posto a un senso di delusione per la grafica di basso livello e l'animazione rudimentale. Non si era trattato del brillante futuro promessoci in film recenti come *Ready Player One*, e di certo non è un posto in cui mi piacerebbe passare molto tempo. Come l'originale trittico attraverso il mare al Prado di Madrid, è fuorviante che si trovi in un museo, come se il tunnel degli orrori di un luna park venisse presentato come una mostra sull'aldilà.



Bosch VR, un adattamento in 3D del Giardino delle delizie di Hieronymus Bosch (BDH Immersive)

Le tecnologie della realtà virtuale e aumentata fanno parte di un settore in crescita multimiliardario, evidenziato dal recente rebranding di Facebook di Mark Zuckerberg come Meta e dai suoi piani per costruire il **metaverso**, un mondo virtuale che esiste in tandem con il mondo fisico in cui dobbiamo «vivere, giocare e lavorare». Tuttavia, oltre al rumore e la pubblicità che circondano questo annuncio, qualcos'altro è sfuggito alla nostra attenzione: i modi più sottili in cui la realtà virtuale come forma simbolica – un modello per il mondo e come la pensiamo – si manifesta sempre più nella cultura con la nascita di forme immersive di teatro, film, musica e arte.

L'industria dell'«intrattenimento immersivo», che comprende installazioni non digitali come stanze di fuga ed esperienze in cui il partecipante avverte un senso di presenza in un ambiente artificiale, è vasta e in crescita e abbraccia contesti come eventi dal vivo, spettacoli artistici e musei. DesignMyNight attualmente prevede non meno di trentuno diverse esperienze immersive a Londra, da un cocktail bar della prigione di Alcatraz a un «Wizard Exploratorium». Nel 2019, l'industria culturale immersiva statunitense è stata valutata **61 miliardi di dollari**.

Nel Regno Unito c'è stato il successo commerciale di aziende specializzate in proiezioni di film immersivi (Secret Cinema), teatro (Punchdrunk) e, sempre più, **musica dal vivo**. Esiste un'industria redditizia **nel commercio delle esperienze di Van Gogh** (cinque distinte aziende nel 2021 gestiscono pop-up in città di tutto il mondo, due delle quali a Londra). Qui i visitatori «entrano» in un dipinto di Van Gogh – tipicamente lo spazio industriale dismesso all'interno del quale vengono proiettati suoi dipinti – cui a volte si aggiungono profumi per «trasportare le persone in frutteti, giardini e campi». Cosa significa «entrare» in un'opera d'arte? Poiché la scala, la composizione e il colore sono impossibili da misurare, l'unica destinazione off-limits sono i dipinti stessi.

Il marchio di teatro immersivo di Punchdrunk adotta un approccio *Scegli la tua avventura* col quale il pubblico esplora individualmente un set a più piani, portando a una miriade di combinazioni di narrazioni ed esperienze. Sebbene un'esperienza atomizzata come questa possa essere eccitante per ogni partecipante, inevitabilmente sostituisce l'esperienza sociale di vivere insieme la stessa performance, rendendo individuali opere che erano state precedentemente condivise.

Come dice il protagonista di *Ready Player One* dopo aver indossato una cuffia, «Non hai bisogno di una destinazione quando corri su un tapis roulant omnidirezionale». Per Raymond Williams, la fantascienza popolare rappresentava «il desiderio soppiantato dall'alienazione»: la trasformazione che offre non è sociale o morale, ma quella della natura stessa: «la società alternativa è sulla luna di un pianeta lontano».

Influenzati dai videogiochi e dai giochi di ruolo fantasy, gli esperimenti nel cinema VR consentono agli spettatori di scegliere dove guardare in una determinata scena e come interagire con oggetti e personaggi. *Save Every Breath*, un adattamento VR del film **Dunkirk** di Christopher Nolan, fa sedere lo spettatore letteralmente sul sedile del pilota mentre missili e proiettili squarciano il cielo. Centoventisei anni di storia del cinema e siamo tornati alla stazione di *La Ciotat* ad assistere all'arrivo del treno dei fratelli Lumière.

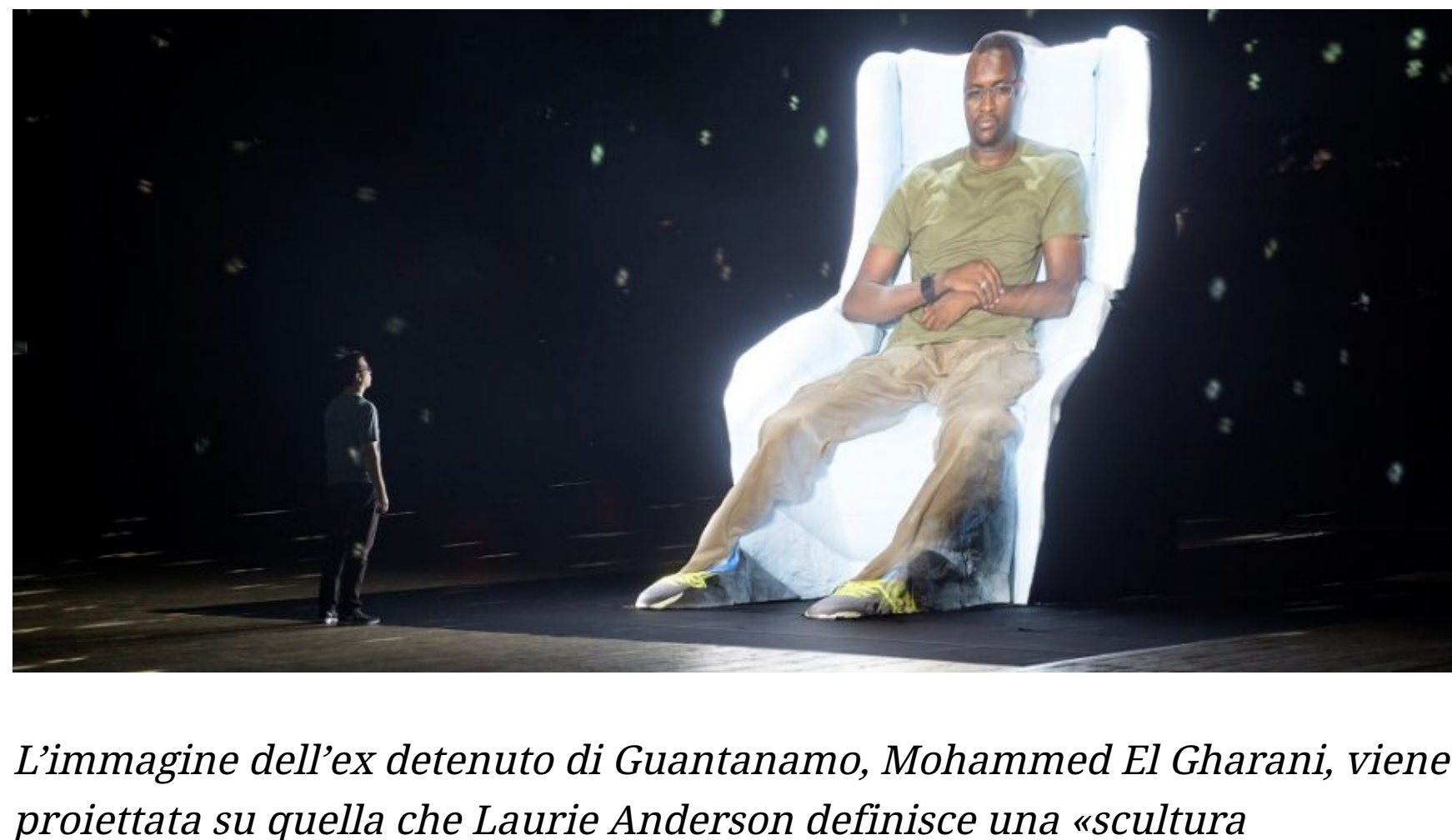


Save Every Breath, la Dunkirk VR experience (Warner Bros Pictures)

In effetti, il cinema in VR è ancora alle prese con problemi fondamentali come il «paradosso narrativo»: l'azione individuale e la personalizzazione dello spettatore compromettono il controllo della narrazione da parte del regista (per questo motivo il formato del libro di gioco non è ampiamente utilizzato nella narrativa letteraria) e lo spettatore **Fomo** avverte l'ansia per la mancanza di elementi importanti della storia, che porta a frustrazione e basso coinvolgimento emotivo.

Un buon libro, una commedia o un film possono essere avvincenti, consentendo alla nostra immaginazione di impegnarsi e prendere il volo, ma raramente ci sommergono; c'è ancora spazio per la riflessione e la contemplazione. Privilegiando l'immediatezza e l'affetto, l'immersione ci richiede di sottometterci ai nostri sensi. Ma la cultura non è solo una questione di sensazione. È anche un modo per conoscere e comprendere il mondo. *L'immersivo* preclude il *discorsivo* riducendo la distanza necessaria per la critica.

La cultura immersiva ha dunque un potenziale più creativo e progressista? Nel recente lavoro VR di Laurie Anderson *Chalkroom*, creato con Hsin-Chien Huang, lo spettatore vola attraverso un'enorme struttura nera fatta di parole, disegni e storie. Le caratteristiche intrinseche di disincarnazione, dislocazione e isolamento diventano punti di forza dell'opera. In *Habeas Corpus*, Anderson ha usato la telepresenza per trasmettere l'immagine dell'ex prigioniero di Guantanamo Mohammed el Gharani, a cui è ancora vietato l'ingresso negli Stati Uniti nonostante sia stato rilasciato senza accusa nel 2010. La sua presenza virtuale dal vivo come parte di un'installazione immersiva ha avuto un chiaro messaggio politico. Massimizzando le possibilità di disincarnazione e presenza insite nella tecnologia, Anderson propone nuove modalità creative per la tecnologia immersiva. Eppure la logica strutturale dell'industria culturale lascia ai margini un lavoro più sperimentale e stimolante come questo.



L'immagine dell'ex detenuto di Guantanamo, Mohammed El Gharani, viene proiettata su quella che Laurie Anderson definisce una «scultura cinematografica» nel suo lavoro multimediale Habeas Corpus

Le tecnologie che produciamo producono anche noi, plasmando non solo la cultura in quanto tale ma anche il modo in cui la viviamo. Le esperienze immersive non dovrebbero sostituire le forme di cultura comuni e discorsive, o il piacere e la discussione del lavoro collettivo. Poiché l'immersione diventa un paradigma culturale sempre più dominante, è importante togliere l'auricolare, uscire e riemergere.

*Adam Stoneman vive e lavora a Londra. Scrive su *thecolumn.net*.

Questo articolo è uscito **su JacobinMag**. La traduzione è a cura della redazione.