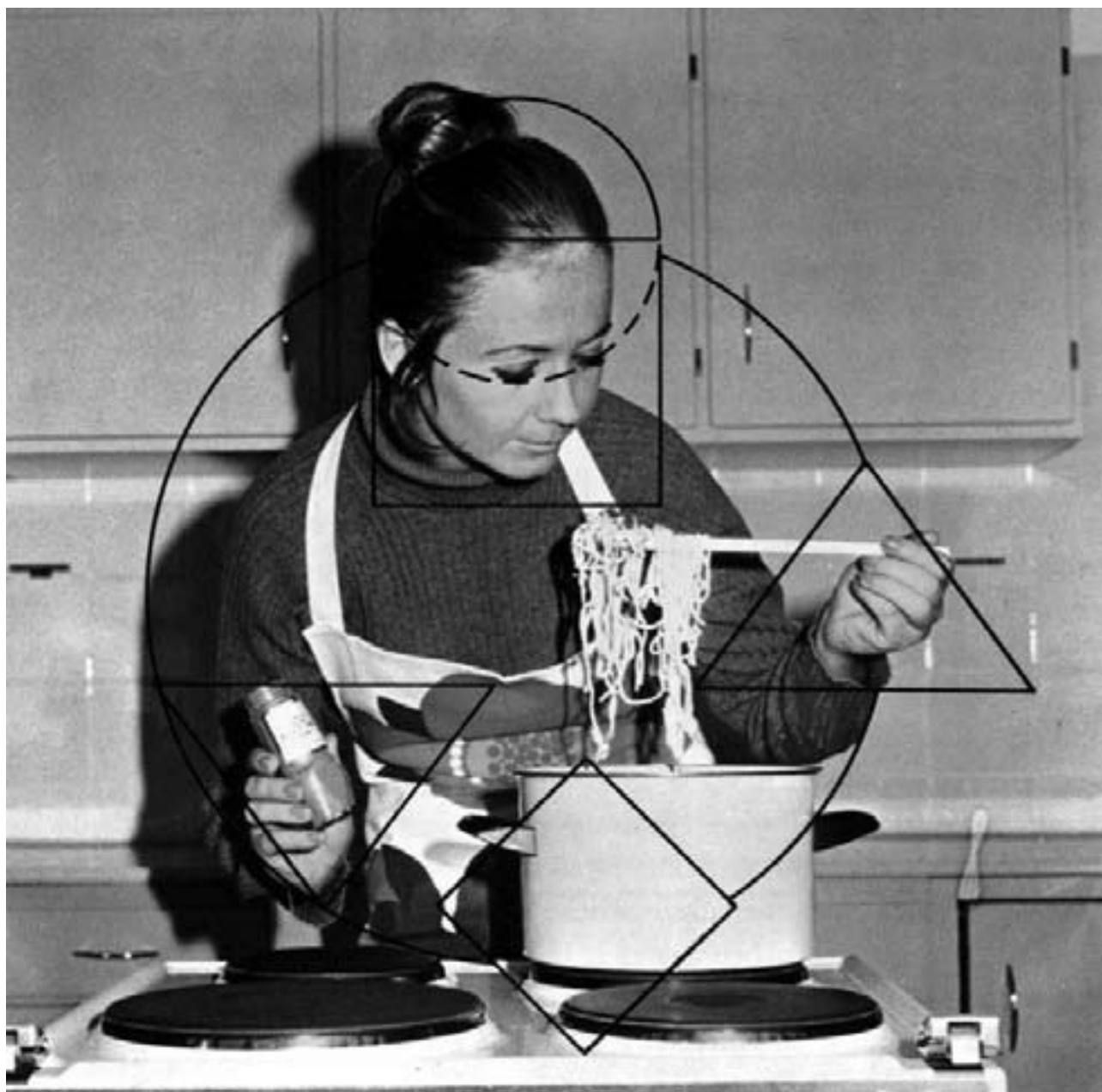


# ***Come Come*** ***Perché Perché?***



# Come *come* perché *perché*?

## Nel metaspettacolo cibernetico

Se il Campionato europeo di calcio viene intuito in primo luogo come uno spettacolo al quale si teme di prendere parte consapevolmente, due domande si porranno, a cui è necessario dare delle risposte parallele. Da una parte ci si deve interrogare sul fondamento della popolarità di questo spettacolo di massa, e dall'altra tematizzare il confronto tra i momenti chiave propri di tale spettacolo, e ciò che invece sta loro intorno.

Alla prima domanda potrebbero essere opposte le più diverse spiegazioni: il calcio come sport di massa fortemente ancorato alla cultura popolare; i campioni dello sport come personaggi eroici postmoderni; la strutturazione delle squadre in nazioni e la relativa possibilità di identificazione nazionale, il prodursi di un argomento di dialogo che diviene obbligatorio per tutti, e che alla fine riesce a dissimulare quel penoso silenzio steso tra persone che non hanno nulla da condividere; e poi, in ogni appartamento misto, in ogni famiglia e in ogni monolocale, la televisione, davanti a cui ci si raccoglie con la birra "*part of the play*", per passare insieme la serata; o, infine, si può tornare indietro alla struttura dello stadio, spartito tra i grandi spettacoli sportivi popolari dell'occidente: calcio, football, baseball. Tuttavia questi tentativi di chiarimento hanno qualcosa in comune: essi non sono sufficienti, qualora si tratti di analizzare a fondo il funzionamento essenziale di uno spettacolo di massa. Perciò, in seguito, verranno presentate tre istanze, le quali sebbene vengano sempre meno utilizzate, costituiscono d'altra parte gli elementi stabili della discussione condotta in questa raccolta di testi, almeno nei suoi tratti fondamentali. Anche queste tre istanze condividono alcune peculiarità: nella chiarificazione degli eventi di massa pongono grande peso sul potere psicagogico delle immagini.

C'è da una parte, dunque, l'industria pubblicitaria che compie grandiosi progressi in senso economico e sociale, e ci sono altri rami della produzione di immagini. Prendiamo come esempio estremo lo "*Jugendplenum*", ovvero la sezione di Zurigo di una "organizzazione comunista d'azione unitaria". Subito dopo il suo battesimo esso ha cercato di imporre la diffusione più larga possibile del proprio logo, pubblicizzando la *produzione* della moda DIY (*Do it yourself*, logo-slogan delle realtà alternative, che sussume l'ideologia del riciclo, dell'indipendenza dal mercato e dal consumismo). A questa contraddizione si aggiunge il fatto che l'intera operazione di diffusione e autopromozione viene attuata attraverso una *corporate identity* costituita sopra le tendenze della moda. Questo fatto è un indicatore molto appropriato del fatto che l'immagine si è ormai imposta come *medium* primario del discorso in tutti gli ambiti e gli strati sociali.

Insieme a questa crescita di significato del visuale, si osserva mondialmente una solida crescita del mercato pubblicitario. In Austria, per esempio, partner della Svizzera per gli Euro08, la spesa per la pubblicità è cresciuta dal 1990 del 300%; in altri stati la crescita è stata simile ma in un periodo perfino più breve. Particolarmente significativo è il fatto che il mercato pubblicitario non cresce solo in termini assoluti. In alcuni settori il rapporto tra le spese di produzione e quelle di promozione si è praticamente rovesciato. Nei tempi antichi dell'estetizzazione delle merci e dello stile di vita si ebbe necessità di una grande spesa per i sommi sacerdoti del *Lifestyle*, che facevano agire sui consumatori le "delicate oscillazioni dell'aura del mercato"<sup>1</sup>, più o meno sottilmente.<sup>2</sup>

Secondariamente, un ruolo di un certo peso lo gioca l'*eventizzazione* (Eventisierung), il cui capostipite non è certo questo Campionato europeo di calcio. Essa sembra agire nelle nostre vite bloomesche come una forma di tappabuchi. Essa procede attraverso la già menzionata attività

1 Una intervista esclusiva con i direttori di filiale Friedbert Eder e Peter Scholl su servizi, culto e classe media: [http://www.deutsche-getraenke-wirtschaft.de/archiv/1784\\_1806.htm](http://www.deutsche-getraenke-wirtschaft.de/archiv/1784_1806.htm)

2 Si veda Haug, Wolfgang Fritz, Critica dell'estetica delle merci ([http://www.offene-uni.de/archiv/textz/textz\\_phil/warenaesthetik.pdf](http://www.offene-uni.de/archiv/textz/textz_phil/warenaesthetik.pdf)) e Dopo la critica dell'estetica delle merci (<http://www.wolfgangfritzhau.inkrit.de/documents/NachderKrWa-1994.pdf>)

generatrice di materiale di conversazione, e oltre a ciò simula un sentimento di *vita vissuta e esperienza comunitaria*. Ed è proprio la specifica configurazione mediatica, come si manifesta propriamente nelle *Public Viewing Zones*, che produce i formati attraverso cui un "guardare insieme le immagini (della partita) diviene un evento culturale"<sup>3</sup>.

Anche la terza tesi presenta caratteri di specifico interesse: il fatto cioè che lo stato nazionale viene concepito *performativamente*. E tuttavia non sarebbe lo stato nazionale ad assumersi la *performance* della propria immagine, bensì specialmente i cittadini e i loro agenti (aziende, ONG, ecc.), che saltano dentro la breccia e trovano la possibilità di mettere in scena lo stato nazionale. In ogni modo è lo stato nazionale stesso che fornisce le immagini e prima o dopo la visibilità del necessario significato. Così la confederazione svizzera si assicura lo stemma come esclusivo marchio d'immagine<sup>4</sup>, ma non si presenta come organizzatore ufficiale di una festa federale. Perciò, tali esercizi scenici sono, secondo le parole del portavoce del governo federale Oswald Sigg, "faccende dei Cantoni, delle associazioni e dei privati"<sup>5</sup>.

Questa modalità di funzionamento è stata comunque evidente in occasione della recente fondazione dello stato del Kosovo, con il presentarsi pubblico, in modo pienamente autocosciente e per la prima volta, qui in Svizzera, di una comunità kosovara come tale. Solo con lo stato nazionale alle spalle SI osa rendersi visibili pubblicamente, perché per farlo c'è bisogno di immagini, bandiere e simboli, che sono obbligatori per tutti. Un legame di stati nazionali può fornirne precisamente di tali, ma per il loro utilizzo performativo sono i cittadini ad essere pertinenti.

A cosa conduce una mobilitazione che proviene da feste ritualizzate e da una produzione di immagini arcaica, e che si iscrive nel modo più profondo negli individui che la realizzano? *All'eventizzazione*.

Performativo significa inoltre comprendere il "nation-state" non solo spazialmente ma anche temporalmente. L'inglese "nation-state" mostra infatti che la nazione funziona come stato/condizione (*Zustand*): una condizione in cui SI può entrare territorialmente solo attraverso il passaggio di un confine, ma che agisce propriamente in senso temporale<sup>6</sup>. Nello stato della nazione SI cambia. E la condizione in cui siamo è quella che determina la nostra condizione spirituale, il nostro modo d'essere e i nostri movimenti<sup>7</sup>. Una condizione si delinea sempre attraverso la sua relazione con altre condizioni - come la nazione che si può produrre solo nella differenza dalle altre nazioni, ed è quindi una misura limitata nel tempo che deve essere continuamente e progressivamente riprodotta, e nella quale ci SI inserisce, a partire da un'altra condizione.

La misurazione degli stati proviene dalla scienza della cibernetica. Essa, già dagli anni '50, ha penetrato vari ambiti sociali, sviluppandosi separatamente come disciplina a sé<sup>8</sup>; in questo modo tuttavia essa si è iscritta in tutti gli ambiti della vita, non solo come pensiero scientifico, ma anche come vita e come divisione di stati: un coppia cibernetico è stato così messo in funzione.

Appare ora dunque chiaramente che anche il Campionato europeo di calcio funziona mediante il fatto di essere colto performativamente da individui, che fin dal principio vengono interpellati come pubblico. Siamo associazioni di quartiere o bariste, che organizzano le trasmissioni delle partite, o amic\*, passanti e tifosi\*, che si rendono tifosi. Sono entrambe forme di partecipazione dalla partita, che fungono da elementi costitutivi di questa. Tutto ciò pertiene ad ogni spettacolo.

---

3 <http://www.iconicturn.de>

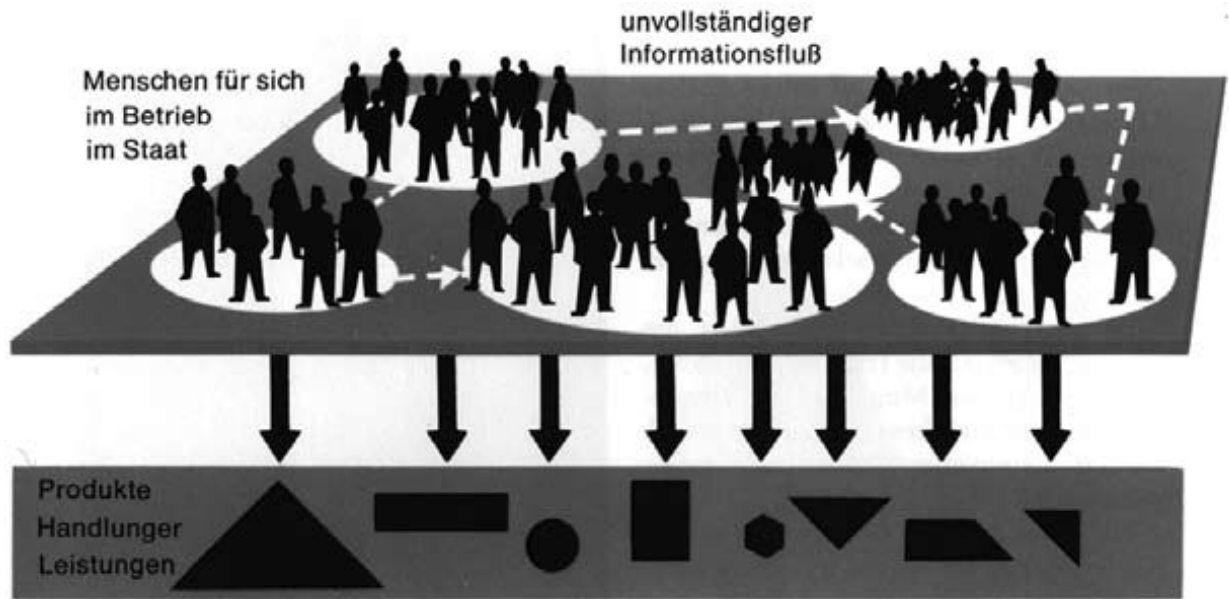
4 "Era stato un bellissimo progetto del consigliere comunale Christoph Blocher: l'utilizzo dei simboli della patria deve essere regolato con chiarezza, per evitare che si compiano degli abusi del marchio Svizzera. Ora, secondo i programmi, la legge si scontra con una azienda tradizionale come la Victorinox o la TCS vecchia di 100 anni", NZZ Online, 31 marzo 2008

5 Si veda: <http://www.swissinfo.ch>, 16 maggio 2007

6 A parte che restano oggi confini economici, migratori, territoriali e giuridici non più coerenti con le formazioni statali come l'Unione Europea.

7 Si veda Butler Judith e Spivak Gayatri, *Lingua, politica, appartenenza*

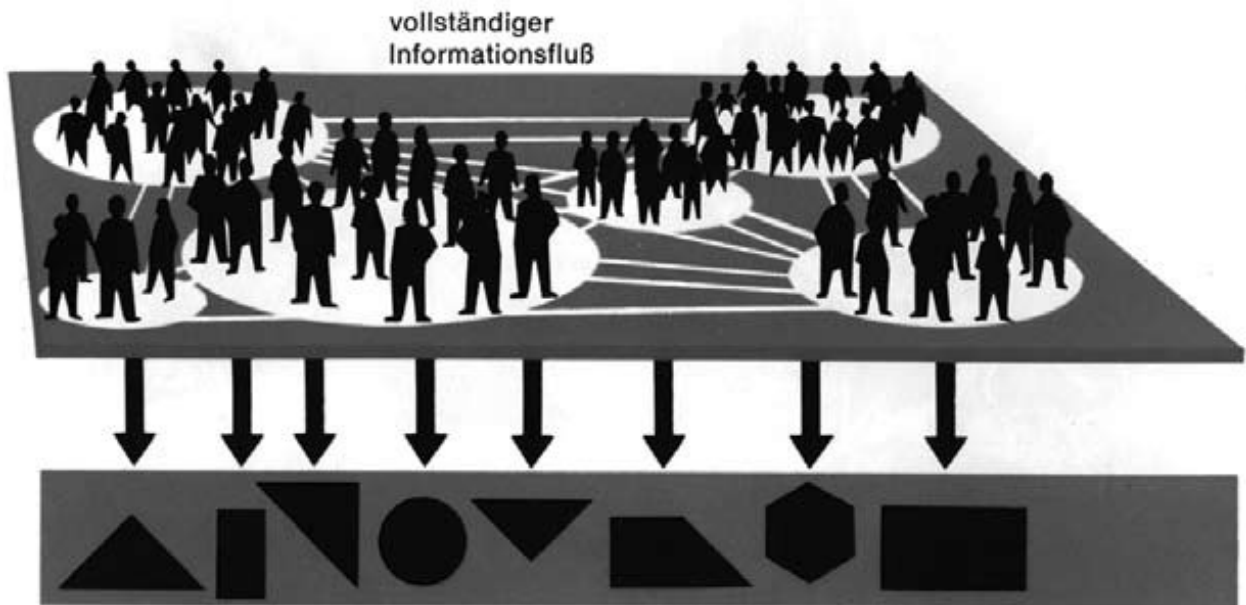
8 Si veda l'immagine nella pagina successiva l'illustrazione di una società cibernetica, che si ottimizza in seguito all'installazione dei canali di comunicazione corrispondenti. Sotto si vede il modello "ottimizzato" secondo la figura di riferimento (Zielfigur).



angestrebte Zielfigur



erreichtes Ergebnis



Zielfigur



optimales Ergebnis

Ciò che il meta-spettacolo riesce a fissare non è né il grande appuntamento nello spazio cittadino - con tutti i fenomeni concomitanti che ne provengono e che lo costituiscono nel modo più poroprio, né il divenire immagine sotto forma di trasmissione televisiva, pubblicità, colonne dei quotidiani e simili, bensì l'*unione*; il circuito chiuso della medializzazione e dell'occupazione dello spazio. Il Campionato europeo si ramifica in quasi tutti gli ambiti e i livelli. Anche mentre si passeggia senza meta per la città - a differenza del mercato annuale, il Campionato europeo si prende tutto lo spazio cittadino come terreno di festa-fortezza<sup>9</sup> - *Fest(ungs)*, nell'originale - ci si imbatte puntualmente nei luoghi di trasmissione delle partite di calcio, che si stendono sul panorama urbano congruamente come una rete di nodi. Ed è a ciò che si riferisce Ledergerber quando dichiara che il calcio è un "bene pubblico"<sup>10</sup>. Senza questa circolazione libera di immagini sugli apparecchi televisivi dei ristoranti e delle cucine degli appartamenti misti, il sistema rischierebbe di bloccarsi e il *rumore* potrebbe diventare più assordante.

Questo *rumore* nel sistema di circolazione ci riporta indietro alla seconda domanda d'esordio: perché prendiamo il Campionato europeo come occasione per scrivere queste righe, mentre dovremmo essere di quelli che tentano di non prendere parte allo spettacolo e di non essere mobilitati dentro il cappio delle reazioni all'evento? E a ciò deve essere aggiunta la domanda: cosa centra tutto ciò con le prese di posizione e le manifestazioni della scena subculturale, politica e artistica locale? Essa non assume così con la propria "critica" semplicemente la funzione specifica di un gruppo particolare all'interno del più vasto cerchio dello spettacolo?<sup>11</sup>

*"Ciò che il mio relazionarmi rappresenta in questo momento, non esiste affatto per il dispositivo che va alla malora con me. Né 0 né 1, io sono l'assoluto terzo. Il mio gusto eccede il dispositivo. Secondo gesto, io non reagisco al cappio di risposta umano o meccanico, che tenta di contenermi, anzi come Bartleby "preferisco di no", mi tengo da parte, non entro nella stanza delle correnti, io non mi aggiungo, io resto. Utilizzo la mia passività come forza d'azione contro il dispositivo. Né 0 né 1, io sono il nulla assoluto. Primo atto: io godo in modi perverso. Secondo atto: io resto indietro. Al di là. Al di qua. Corto circuito e stretta. In entrambi i casi, non v'è alcun feedback: comincia la linea di fuga." <sup>12</sup>*

Dacché lo spettacolo viene compreso come cappio cibernetico basato sulla struttura *input-feedback*, che si alimenta di qualunque tipo di *response* [reazioni, risposte], come ci si può occupare di esso senza essere per questo presi nel gioco del sistema?

La beffa di un sistema cibernetico consiste nel fatto che esso non solo incassa l'utile (per esempio, l'utile economico), ma qualunque moto che nasce in reazione ai suoi stimoli. Anche questo progetto di periodico e tutti i progetti travestiti da resistenza, le azioni, le prese di posizione non sono forse parte integrante del sistema, come "truppe irregolari"<sup>13</sup>, che si lasciano confondere nella battaglia per il territorio? Si doveva giungere a ciò. Poiché quando allo stadio, decorati con falce e martello, si dipinge su una parete per protestare "contro la repressione negli stadi", non si pone in discussione il dispositivo stadio, ma al contrario si aggiunge una ulteriore strofa alle lamentele contro la repressione, e nutre il discorso del Campionato europeo con la sua necessaria nota polemica. Oppure, se si presenta una "mappa della città di Zurigo alternativa all'Euro08", si gira semplicemente l'interruttore da 0 a 1. Nel gioco delle alternative il meccanismo del cappio continua a funzionare.

La passività di Bartleby non deve perciò essere confusa con un calmo acquiescere. Si tratta invece di trarre una posizione che resti al di fuori delle opinioni date e di quel tipico rumore. Questò

9 Si veda l'articolo Festa - Città - Fortezza, in questo opuscolo

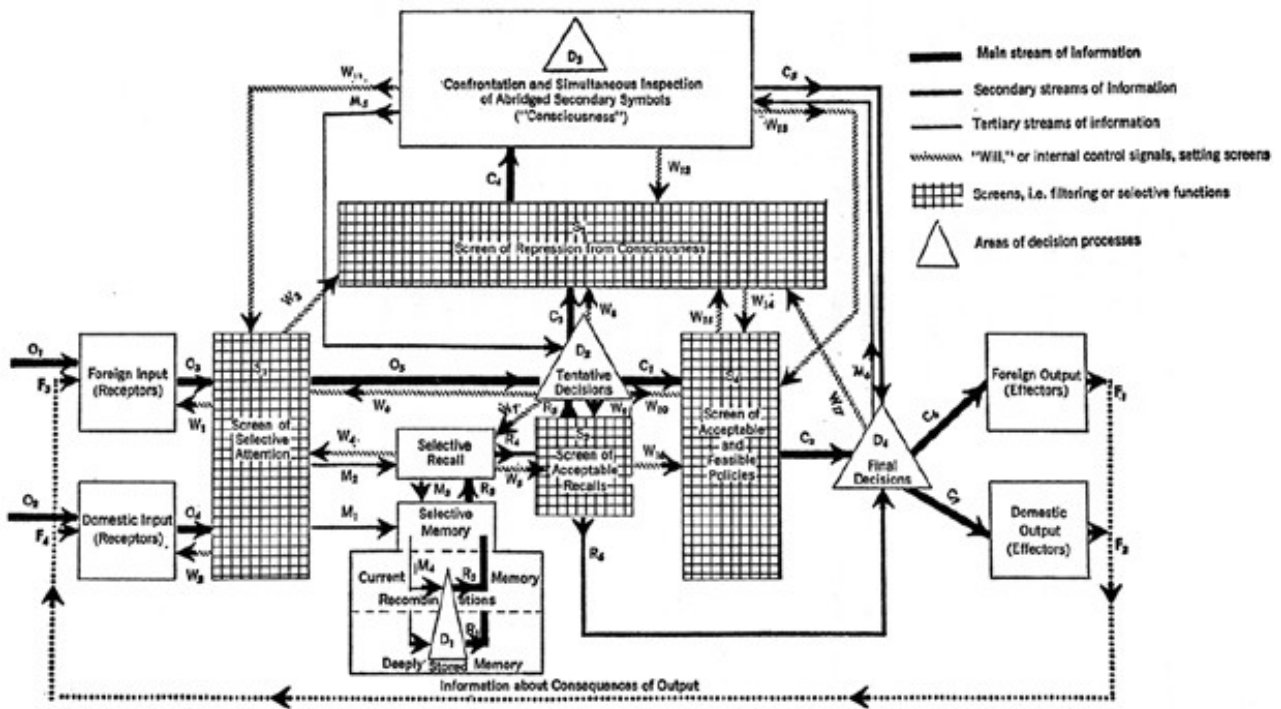
10 Tages-Anzeiger, 30 gennaio 2007

11 Sul tema dei gruppi-target: L'associazione svizzera per il turismo ha prodotto nel 2006 uno spot per l'interno e per l'estero, in cui donne che rifiutano i Mondiali e stanche delle partite venivano corteggiate durante le vacanze in una Svizzera piena di uomini attraenti: Care donne, passate dunque l'estate là dove agli uomini il calcio interessa di meno, e voi di più". Si veda: [http://www.persoendlich.com/mpg/ST\\_WM2006.mpg](http://www.persoendlich.com/mpg/ST_WM2006.mpg)

12 Tiqqun, *Kybernetik und Revolte*

13 Si veda l'articolo in questo opuscolo, La mobilitazione dello spettacolo

è ciò che cerchiamo di fare qui: ignoriamo le partite di calcio, le smancerie della protesta, i gesti di indignazione e al contrario seguiamo le linee di fuga che ci vengono aperte mediante l'analisi delle modalità di funzionamento fondamentali del meta-spettacolo. Senza dubbio, l'analisi da sola resta insufficiente allo scopo.



Titolo originale *Wieso Wieso Warum Warum?*, in *Materialien zum Event* scaricabile all'URL: <http://ch.indymedia.org/frmix/2008/05/60536.shtml>  
 Composto e tradotto a Zurigo, tra aprile e giugno 2008