

IL POTERE DEI SIMULACRI

DOI: 10.7413/18281567011

di Giuliana Parotto

Università degli Studi di Trieste

The power of simulacrums

Abstract

The paper dwells with one of the most interesting phenomena of the post-democracy. Post democracy is, according to Colin Crouch, the deprivation of its original meaning as consequence of the change in the social, cultural and economical context. One important change is due to the introduction of the new electronic media. The transformation of the political discussion into a show, of election campaigns into advertising campaign, of the citizen into a spectator are its effects. What kind of power emerges from these transformations? The analysis of the simulacrum – the natural body of the leader – can help us to understand it deeply. From the point of view of Foucault's bio-politics, the paper takes into account the frame of the electronic media, for enlightening the new form of medial-political power.

Keywords: Democracy, simulacrum, bio-politics, body, leadership.

Oggetto del contributo è un fenomeno che i politologi ascrivono alla cd. post- democrazia, ovvero alla crisi della democrazia rappresentativa. Che, come sappiamo, si fonda sul presupposto che i cittadini abbiano la possibilità di contribuire a dare forma alla vita politica attivamente, discutendo e partecipando all'interno di organizzazioni e associazioni politiche. Si tratta di un ideale. E' un ideale che presume l'esistenza di un'opinione pubblica informata, competente ed attenta che prende parte alla costruzione dell'agenda politica e non si limita a rispondere a sondaggi di opinione oppure ad andare al voto quando occorre. È certamente un mito. E tuttavia è anche un ideale normativo che è necessario alla democrazia.

Nella post democrazia viene conservata l'apparenza della democrazia, ovvero le elezioni e le diverse organizzazioni politiche tra loro concorrenziali che si battono per la conquista del voto. Solo che il presupposto sopra indicato viene a mancare. Non vi è partecipazione attiva e non vi è opinione informata. Le organizzazioni politiche assomigliano più a teams di esperti professionisti di marketing, le campagne elettorali si trasformano in campagne pubblicitarie. Un elemento fondamentale, in questo quadro, è la cd. personalizzazione della politica. Emergono figure carismatiche – spesso direttamente provenienti dal mondo dello spettacolo, o del giornalismo televisivo - che si impongono alla opinione pubblica più che per i programmi di cui si fanno promotori o per le idee politiche che professano, per ciò che in se stessi “rappresentano”. Sono i cosiddetti leaders mediali.

Su queste “figure” intendo concentrare la mia attenzione, cercando di mettere a fuoco anzitutto la loro natura “ontologica”, ovvero ciò che sono in sé e per sé. In secondo luogo cercherò di mettere in luce il modo in cui queste figure diventano fonte di irradiazione del potere.

Potere

In primo luogo occorre precisare in che senso intendo qui parlare di potere. Il potere a cui faccio riferimento è quello dell'analitica di Foucault. Una forma di potere che consideriamo svincolata dal diritto e dallo stato, detentore, come afferma Max Weber, del monopolio legittimo dell'uso della forza. Una forma di potere che va oltre anche l'altra definizione weberiana, ovvero quella secondo cui “il potere è la possibilità che un individuo, agendo nell'ambito di una relazione sociale, faccia valere la propria volontà anche di fronte ad un'opposizione”. Come ha ben dimostrato Foucault, il potere nell'era tecnologica ha una natura diversa. Non è ascrivibile entro l'opposizione binaria tra governanti e governati, tra coloro che possono esercitare legittimamente la forza e coloro che non possono. Nemmeno si tratta di una relazione esteriore. Ovvero una relazione esterna rispetto ai rapporti di natura economica, sessuale, ai rapporti di conoscenza. Le relazioni di potere si inscrivono pienamente entro tutti questi rapporti. Così i nuovi procedimenti di potere funzionano in base alla tecnica e non al diritto, alla formalizzazione e non alla legge, al controllo e non alla punizione¹. È questa tipologia di potere che occorre qui prendere in considerazione.

¹ Michel Foucault, *La volontà di sapere. Storia della sessualità 1*, Feltrinelli, Milano, 2004²

Occorre ricordare come uno degli elementi più significativi della forma di potere analizzata da Foucault sia il superamento della contrapposizione interno – esterno su cui si basa la lettura weberiana. Il potere è interiorizzato. Ciò significa che il potere non si definisce esteriormente attraverso i meccanismi con cui una volontà esterna alla mia riesce a piegare la mia – che si oppone. Significa invece che la relazione di potere imbeve letteralmente colui che la subisce, diventando essa stessa produttrice di soggettività. Espressione paradigmatica di ciò è il duplice significato della parola soggetto. Soggetto significa insieme – sottolinea Foucault – tanto “individuo” quanto “assoggettato”². Il processo di individuazione è un processo di assoggettamento. Assoggettamento che non risparmia neanche la dimensione fisica. Il potere avanza secondo linee di penetrazione, viene “incorporato”. Ad esempio la categoria della “omosessualità” come categoria medico-psichiatrica, diventa una forma di specificazione di nuovi individui “è presente dappertutto, soggiacente a tutti i comportamenti poiché ne è il principio soggiacente ed indefinitamente attivo”³. Evidentemente questa definizione di potere apre uno spettro di problemi filosofici e filosofico politici immenso, e anche classico del pensiero filosofico, basti pensare solo a Hegel e alla dialettica servo – padrone o l’apertura teologica della soggettività cristiana o quella della mistica islamica di Al fahrabi, solo per nominarne alcune. Mi importa tuttavia sottolineare un solo aspetto che è strettamente connesso all’impostazione di Foucault e che interessa alla mia analisi specifica. Il processo di soggettivizzazione è un processo che implica la repressione delle pulsioni. Il soggetto può esistere solo se nega le sue pulsioni: subordinazione e resistenza sono i poli attraverso cui viene a costituirsi. È altrettanto chiaro che l’unità del soggetto è messa in discussione: Butler, che ha sviluppato questa problematica⁴, parla non più di soggetto ma di *agency*, intendendo con ciò una modalità di agire che non è direttamente riconducibile ad un soggetto agente consapevole e responsabile. Il termine *agency* definisce una modalità di agire che mette in discussione la stessa nozione di soggettività.

Il concetto è rilevante, per quanto ci riguarda, perché proprio in questa dissoluzione del soggetto si viene a collocare la forma di potere che viene istituita nelle forme post – democratiche. È

² *Ibid.*, p. 56.

³ *Ibid.*, p. 42.

⁴ Judith Butler, *The Psychic Life of Power*, Stanford Junior University 1997, trad it., *Vita psichica del potere. Teorie della soggettivazione e dell’assoggettamento*, Meltemi, Roma, 2005

interessante tuttavia notare come, portando a fondo la riflessione sul potere post democratico e le forme della leadership mediale, partendo dall'analitica del potere di Foucault, si arrivi ad una conclusione, per certi versi opposta a quella delineata nella *Volontà di sapere*. Come è noto, Foucault definisce la sua analitica del potere come una svolta nell'analisi del potere, paragonabile a ciò che fu, sul piano storico e politico, la rivoluzione francese. Si legge “Nel pensiero e nell'analisi politica non si ancora tagliata la testa al re”⁵. La rilevanza del problema del diritto, della violenza, della volontà e della libertà, in sostanza, ne sono indiretta testimonianza. L'analitica del potere foucaultiana dilata la sfera del potere alle singole situazioni, ai discorsi, alle pratiche, al controllo e al sapere. Va da sé che, in questa dissoluzione, anche il potere viene dissolto. Non ha più un centro. Analizzando le dinamiche della leadership mediale, pure facendo uso dello strumentario concettuale e psicologico approntato da Foucault, non arriviamo alle conclusioni che la testa del re è stata tagliata. Al contrario: nella dissoluzione del soggetto, il potere si riconcentra in forma unitaria. È proprio la forma del re che rispunta. Ovviamente deprivato dell'aura sacrale che questa figura ha ereditato dalla tradizione, e tuttavia caratterizzato da molte analogie, come vedremo.

Il simulacro

Del complesso fenomeno designato con il concetto di Post- democrazia, prenderò in analisi sono un aspetto, quello collegato alla personalizzazione della politica e alla leadership mediale. Uso questo termine perché esprime una particolare curvatura che assume la leadership politica nell'epoca dei media elettronici, mi riferisco soprattutto alla televisione e alla rete. Forse non c'è bisogno di ricordare la celebre frase di McLuhan secondo cui il mezzo è il messaggio. Certamente è diventato quasi pleonastico sottolineare come le forme della percezione si siano mutate con l'avvento della televisione e del computer. Si è trasformata la percezione dello spazio – i media offrono punti di vista assolutamente impossibili per qualsiasi persona fisica – si è modificata la percezione del tempo – alla televisione possiamo invertire la sequenza temporale. Il senso stesso della situazione sociale è mutato: la “situazione” non viene delimitata da uno spazio fisico unitario in cui gli attori sociali si trovano, bensì dai flussi della comunicazione⁶. L'esempio è quello del citofono che collega

⁵ Foucault, *op. cit.*, p. 79.

⁶ Joshua Meyrowitz, *No sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York, 1985, trad., it., *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, Bologna, 1993.

la cucina al ristorante e che per disavventura viene lasciato aperto permettendo che in sala si sentano le conversazioni della cucina. Con questa operazione lo spazio fisico della sala non rappresenta più l'unico elemento che definisce la situazione. Molto più il citofono aperto. Sappiamo anche come il mezzo di comunicazione trasformi le modalità del pensiero – sempre che sia possibile scindere quest'ultimo dalla percezione –. Come alle forme della successione e della connessione lineare si sostituiscono quelle che McLuhan chiama “configurazioni”, ovvero modi simultanei e non prospettici di vedere la realtà. A questo proposito ha anche parlato di icona, definendola “Immagine compressa ed inclusiva.” “strumento di una consapevolezza totale e immediata, attraverso al quale è pienamente svelata la vita subliminale”⁸. I media elettronici si fanno portatori di una forma non verbale di comunicazione, in cui si produce un coinvolgimento intenso. Per descrivere il tipo di coinvolgimento McLuhan parla del tatto: “la forma elettrica è perfettamente tattile e organica in quanto dota ogni oggetto di una specie di sensibilità unificata....”⁹. Il tatto è, secondo McLuhan, la cifra di un rapporto totale con la realtà: “il tatto è un rapporto tra tutti i sensi e non il contatto isolato tra pelle o oggetto.”¹⁰ Sul problema del tatto avrò modo di tornare. Senza entrare in lunghe analisi, mi limito a sottolineare come i mezzi di comunicazione, che sono delle estensioni dei nostri corpi, non sono qualcosa di esterno e indipendente. Divengono una parte del nostro corpo.

Anche McLuhan ha cercato di mettere in luce quali ripercussioni la trasformazione percettiva ed intellettuale indotta dai mezzi elettronici di comunicazione avrebbe portato nella sfera politica. Ha usato il concetto di “tribalizzazione”, da interpretare come una forma di regressione. Il pensiero razionale – legato alla scrittura e alle forme di riflessione di cui l'individuo isolato è capace – verrebbe sostituito da un legame emozionale, una identificazione immediata dell'individuo con la comunità.

Ora, gli aspetti politici della rivoluzione mediale sono legati in modo specifico all'emergere della leadership. Il leader politico è presente al suo pubblico nella forma mediale. Questo significa che è presente come corpo – ciò che del leader si vede sullo schermo televisivo o del computer. La

⁷ McLuhan, Marshall *Understanding media*, 1964, trad it., *Gli strumenti del comunicare*, Saggiatore 1967, p. 118

⁸ *Ibid.*, p. 57.

⁹ *Ibid.*, p. 264.

¹⁰ *Ibid.*, p. 334.

fenomenologia del corpo mediale è stata ampiamente illustrata, anche recentemente. Ciò che invece mi pare ancora da illuminare è quello che si può definire lo statuto di questo corpo. E' qui che ci può venire in aiuto la nozione di simulacro. Il corpo del leader mediale è infatti un simulacro.

Mario Perniola ha definito il simulacro “copia della copia”. Una copia che ha perduto il legame con l'originale. Come già possiamo comprendere dalla definizione, il termine simulacro investe l'intero sistema del rapporto con la realtà. Afferma Perniola: “Il centro del problema non è il rapporto statico tra l'immagine e la supposta realtà che rappresenta, ma quello dinamico tra l'immagine e gli avvenimenti che potranno rafforzarla o indebolirla.”¹¹. Il simulacro è dunque un tipico prodotto della società della comunicazione, entro cui avviene la lotta per il rafforzamento o l'indebolimento dell'immagine. Come tale il simulacro ha perso il rapporto con la realtà. “L'immagine contemporanea – prosegue Perniola - è un *Trugbild*, l'immagine che rinvia ad una simulazione, ad una mancanza di realtà, di senso, di fede, in una parola è un simulacro.”¹² Baudrillard ha ripreso gli spunti di Perniola, radicalizzando e precisando il concetto di simulacro.

Questo va interpretato in relazione alle nuove modalità comunicative (che McLuhan ancora non poteva sospettare) segnate da ciò che Baudrillard stesso definisce la “riproduzione operativa della realtà”. Si tratta di una riproduzione 1:1 della realtà stessa. Un esempio tipico è la riproduzione che viene data da google earth. Una telecamera satellitare fotografa la terra che è restituita, a chi usa il programma, esattamente come è nella realtà, soltanto rimpicciolita. Questa “riproduzione” è operativa, perché viene fatta da una macchina. Come tale ha alcune caratteristiche che la distinguono dalla rappresentazione: manca un soggetto che “interpreti” l'immagine. Se prendiamo ad esempio la cartografia tradizionale con cui si è rappresentata la terra, si può vedere come emerge un punto di vista “soggettivo” che rispecchia non solo le conoscenze del territorio, ma anche veri e propri sistemi di pensiero. Vi è, quindi, un soggetto rappresentante. Dall'altra parte rimane una realtà rappresentata, una realtà che sta oltre la rappresentazione e che a questa può essere confrontata. La rappresentazione può essere modificata alla luce di questo confronto. In altri termini: esiste un soggetto che rappresenta ed un oggetto che è rappresentato. Nelle modalità operative di riproduzione della realtà manca il soggetto, che è sostituito dalla macchina, e, parallelamente, viene a mancare anche la realtà. La sostituzione è radicale: non si tratta

¹¹ Perniola, Mario, *La società dei simulacri*, Cappelli, Bologna, 1980

¹² *Ibid.*, p. 15.

più di semplice simulazione – concetto che implica ancora una certa sopravvivenza della realtà¹³. Si tratta invece di vera e propria sostituzione della realtà stessa. Attraverso il suo raddoppiamento, il reale è “liquidato”, ovvero nella sua “resurrezione” attraverso diversi sistemi di segni e di equivalenze. Non si tratta di imitazione, di raddoppiamento o di parodia. Si tratta della sostituzione del reale con i “segni del reale”, di quella che possiamo con termine sintetico definire “iper-realtà”. Il simulacro è parte di tale iper-realtà.

Ora, se il termine riproduzione ci può far pensare alla sfera visiva, dunque spaziale, il concetto di iper-realtà investe anche la sfera del tempo, non solo quella dello spazio. Il perfetto equivalente della riproduzione operativa “geografica” di google earth è, in rapporto al tempo, il Grande Fratello. Qui la riproduzione operativa è quella della realtà temporale, della vita. Ebbene, questo è forse l'esempio più eloquente di come la riproduzione operativa della realtà e realtà stessa confluiscono e non siano più scindibili, diventando qualcosa d'altro. Una realtà terza, l'iper-realtà. Lo sguardo dello spettatore trasforma la vita quotidiana dei protagonisti rendendola spettacolo e nello stesso tempo lo spettacolo è, davanti allo sguardo dello spettatore, la realtà. La vita è lo spettacolo e lo spettacolo è la vita. La radicalità della commistione tra realtà e spettacolo si coglie in tutta la sua evidenza se osserviamo il rapporto con la morte. Lo spettacolo della morte – vera – è stato incluso nello show. La televisione inglese ha mostrato in diretta la morte di Jade Goody, partecipante di un'edizione precedente del *Big Brother* inglese, la quale, malata di cancro, aveva preventivamente venduto i diritti televisivi sull'evento della sua morte. Ancora più paradigmatico è l'esempio di alcune forme, più “estreme” di *reality show*. In Francia è stato prodotto una trasmissione televisiva dal nome accattivante *Le jeu de la mort*, in cui degli spettatori erano invitati, nel quadro della trasmissione televisiva, a infliggere delle scosse elettriche a dei concorrenti, nel caso non sapessero rispondere alle domande. Malgrado le urla dei partecipanti, gli “aguzzini” ignari telespettatori invitati a “non lasciarsi impressionare” dalle conseguenze delle scariche, continuavano senza alcuna remora ad obbedire all'ordine di “punire” i concorrenti che fallivano. Si trattava di un esperimento, in realtà, che riproduceva quello, famoso, effettuato all'inizio degli anni Sessanta da Stanley Milgran. Solo il quadro è cambiato: al posto dei medici sperimentatori e della scienza

¹³ Il concetto di simulazione implica apparenza e alterazione della realtà. Allegoricamente il concetto viene elucidato in una novella di Borges, in cui viene immaginata una carta geografica così dettagliata da essere identica al territorio. La carta, sovrapposta al territorio stesso, si decompone e cade a pezzi, mescolandosi al territorio stesso. Cfr., Jean Baudrillard, *Agonie des Realen*, Merve Verlag Berlin 1981 p. 7 ss.

abbiamo il presentatore televisivo e lo spettacolo. Il meccanismo di obbedienza è lo stesso. Diverso il contesto: la commistione tra realtà e finzione e l'indebolimento della percezione del limite che le divide sono qui il sintomatico presupposto che determina la disponibilità ad obbedire.

La categoria che emerge e che sintetizza in se tanto l'elemento spaziale - visivo quanto quello temporale, è quella della "presenza". Baudrillard parla della "divina presenza". L'allusione alla sfera del sacro è chiara e lascia piuttosto perplessi, essendo quello della iper-realtà un fenomeno che caratterizza una società secolarizzata, in cui la religione gioca un ruolo marginale. Al punto tale che per Mario Perniola, il simulacro è l'effetto specifico di una società nichilista. Invece questo aspetto "religioso" è molto importante. Ancora uno studioso di mediologia come Régis Debray ha individuato la natura religiosa che ha l'iper realtà televisiva. Nel suo libro *Vita e morte dell'immagine*¹⁴ c'è un capitolo intitolato, significativamente *L'archaïsme post-moderne*. La verità televisiva è, per Debray, una verità arcaica, che va ricondotta alla "fenomenologia delle immagini primitive"¹⁵. L'immagine primitiva è l'immagine del Dio. Come dice Didi-Huberman "i Greci e i Romani hanno attribuito alle immagini dei poteri fantastici: la carezza e la folgore erano in gradi di animare i corpi delle statue, il sudore o il sangue esalavano dalla pietra."¹⁶ La statua è il Dio stesso, il Dio presente. In questa funzione rituale, la statua del dio possiede i tratti arcaici di quella che Walter Benjamin ha definito l'"aura", ovvero l'unicità. Benjamin riconduce l'unicità ad un'arcaica funzione rituale "il valore unico dell'opera d'arte autentica"- afferma - "trova la sua fondazione nel rituale, nell'ambito del quale ha avuto il suo primo e originario valore d'uso"¹⁷. Nel rituale la divinità è presente nell'opera pur restando anche lontana; è, insieme, assenza e presenza¹⁸. Sappiamo che secondo Walter Benjamin la riproducibilità tecnica dell'opera d'arte ha condotto alla perdita dell'aura, e quindi alla radicale "secolarizzazione" dell'opera d'arte stessa. Quest'ultima starebbe dunque agli antipodi dell'opera d'arte arcaica. Invece Debray, come anche Baudrillard, pur

¹⁴ Régis Debray, *Vie e mort de l'image. Une histoire du regard en Occident*, Gallimard, 1993.

¹⁵ *Ibid.*, p. 411.

¹⁶ Didi-Huberman, *L'immagine aperta*, Mondadori, 2008 p. p 59 e tutto il cap. I.

¹⁷ Walter Benjamin, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Frankfurt am Mein, trad. It., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, 1966, p. 26.

¹⁸ "Di fatto l'inavvicinabilità è una delle qualità principali dell'immagine culturale. Essa rimane, per sua natura, "lontananza, per quanto vicine". La vicinanza che si può strappare alla sua materia non elimina la lontananza che essa conserva dopo il suo apparire." *Ibid.*, p. 49 in nota.

ritenendo, esattamente come Benjamin, che nel momento arcaico, l'opera d'arte è in realtà un oggetto di culto – per Debray lo è al punto tale che non necessita nemmeno di essere vista -, la “riproducibilità tecnica” riconferisce all'opera d'arte lo stesso significato culturale che aveva nell'esperienza arcaica. **La riproducibilità operativa realizzata dalla televisione, in altri termini, non contraddice, ma ripropone la stessa modalità veritativa arcaica.**

Ecco la tesi di Debray: «L'immaterialità video reattiva ha le virtù del colosso arcaico. Un'immagine senza autore e auto-referenziale si piazza automaticamente in posizione di idolo, e noi idolatri proviamo ad adorare direttamente essa stessa al posto di venerare, attraverso quella, la realtà che essa indica.» Abbiamo già accennato le trasformazioni che la qualità tecnica del mezzo televisivo introduce nella temporalità, anche qui è la qualità tecnica a determinare il rapporto tra l'immagine televisiva e la realtà. Il piccolo schermo, con la sua fluorescenza brillante, senza ombre né valori, ci comunica l'”in sé luminoso del mondo”¹⁹. La « celebrazione del presente » assume in Debray i toni di una vera e propria teologia della luce: “La sorgente della luce e la sorgente dell'autorità coincidono, tutta la luce viene da Dio”²⁰ Per questo Debray trova un'analogia netta tra l'immagine televisiva e l'icona cristiana. Entrambe “luminose”, esprimono la pura energia²¹, sono soggettività non oggettivabili: “i mezzi busti non sono il Verbo ma il reale incarnato, ovverosia l'avvenimento nella sua luminosa verità”. Come l'icona, l'immagine televisiva è “frontale”, tanto l'anchorman quanto il salvatore di Roublev; entrambe “interpellano direttamente”: l'icona televisiva chiama in causa, unifica, come il Vangelo, realtà e verità. La nuova divinità, tuttavia, non è nella trascendenza, nella distanza; la nuova divinità è l'attualità. Il piccolo schermo “non fa vibrare la luce dell'ultimo giorno, quella della visione apocalittica che ci permetterà di vedere Dio nella sua pienezza....Illumina più modestamente i sette giorni della settimana irradiandoli di realtà”²². In questo senso è possibile parlare di una “icona post cristiana”. Stigmatizza Debray “L'icona cristiana dice: vostro dio è presente. L'icona post-cristiana; che il presente sia il vostro Dio.”²³

¹⁹ Debray, *Vie e Mort*, op. cit., p. 412.

²⁰ Debray, *Vie et Mort*, op. cit., p. 433.

²¹ *Ibid.*, p. 412.

²² *Ibid.*, p. 415.

²³ *Ibid.*, p. 415.

Torniamo ora al corpo del leader politico. È questo un vero simulacro. Realtà mediale che ha perso il referente reale, è dissolto nel mondo della comunicazione. Se assumiamo le analisi degli studiosi di mediologia, è evidente come l'imporsi, nel quadro della post-democrazia, di figure medialità come quelle dei leaders, implichi una dissoluzione della realtà. Non è possibile, in altri termini, sottoporre la figura del leader mediale ad un giudizio di realtà. Sta sopra le categorie del vero e del falso, è solo figura della comunicazione – nella comunicazione la sua immagine si rafforza o si indebolisce, si struttura o declina. Ma non è il solo elemento. La “semplice presenza” che caratterizza l'aspetto forse più significativo del simulacro, avvolge la figura del corpo mediale, di una sacralità arcaica. **La “presenza” agisce immediatamente come forza che è persuasiva solo per il fatto di essere presente.**

Non voglio entrare nel merito delle analisi fenomenologiche del corpo mediale del leader. Mi limito esclusivamente a sottolineare come il corpo mediale richiami da vicino alcune caratteristiche del sacro. Rappresenta una sorta di *conjunctio oppositorum*, perché è maschile e femminile insieme; è un corpo trasfigurato ed anche sofferente; è mortale ed allo stesso tempo, come figura mediale, sottratto al tempo, dunque immortale. Ciò che ancora, prima di concludere, intendo mettere in rilievo, è la speciale forma di potere che esso esercita.

L'analogia con il “sacro” è ancora più forte se teniamo presente ciò che Debray ha definito il “sacro arcaico”, la modalità della semplice presenza. Essa ci avverte che il simulacro è di per se potente. Eppure è evidente che non ci troviamo di fronte ad una forma autentica di sacro – nessuno pensa che Sarkozy sia Pallade Atena – soprattutto ora che ha perso le elezioni. Si tratta di forme di pseudo sacro. Se andiamo ad indagare più a fondo la natura di questo potere, ovvero se cerchiamo di rispondere alla domanda perché la “presenza” risulti così immediatamente persuasiva, ci imbattiamo nella analitica del potere focalizzata da Foucault. È un potere che viene interiorizzato, che viene “incorporato”. È un potere che si sottrae alla tradizionale contrapposizione tra dominatori e dominati, si sottrae alla sfera del diritto ed anche a quella della violenza. È un potere sottile, che si costruisce prima ancora che attraverso i discorsi, attraverso le immagini e le sensazioni. Eppure il potere dei simulacri ha delle caratteristiche che scardinano alla base gli esiti dell'analitica del potere foucaultiana, riponendo la testa sul corpo del re – se vogliamo riprendere l'immagine usata da Foucault nella *Volontà di sapere*. Per Foucault, come abbiamo messo in evidenza sopra, l'analitica del potere porta a considerare una molteplicità di situazioni sociali in cui il potere viene esercitato e

introiettato. Nella pluralità delle situazioni comunicative il potere può anche subire delle sconfitte, dei rovesciamenti, dei mutamenti. Insomma, le situazioni sociali si presentano come un terreno di lotta in cui il potere assume forme mobili e fluide e può essere anche combattuto. **In cui si scontrano soggetti reali, e il potere è combattuto in nome di un soggetto che libera le sue pulsioni.** Se consideriamo il potere del simulacro dobbiamo tener presente la sua natura esclusivamente comunicativa, nonché la natura comunicativa della situazione sociale. I mezzi di comunicazione elettronici standardizzano ed unificano la situazione sociale, facendola convergere nell'interazione con un unico soggetto. Come dice Baumann, siamo nell'epoca del sin-ottico, non del panopticon, nell'epoca dove tutti guardano quello che pochi fanno. Non vi è fluidità: il modello è dunque unico. Il termine che è utilizzato è "sincronizzazione", un termine che mostra una significativa assonanza con la "Gleichschaltung" nazionalsocialista tematizzata da Viktor Klemperer.

Ma vi è anche una seconda differenza rispetto all'analitica foucaultiana del potere. Il simulacro è potente perché mette in opera meccanismi mimetici. È importante sottolineare come questi meccanismi possano essere innescati solo in quanto il simulacro è realmente presente. Ovvero il rapporto che mi lega al simulacro è simile a quello che mi lega ad una persona reale. Per questo può scattare il rispecchiamento mimetico. A tale proposito sono molto interessati i risultati che hanno portato gli studi delle neuro-scienze e soprattutto la scoperta dei "neuroni specchio". L'osservazione di un mio simile non è mai neutrale. L'osservazione pone in opera sistemi di identificazione, di simpatia, di *mimesis*, che non passano attraverso il circuito della riflessione e della comunicazione orale – tanto meno di quella scritta. Non vengono esplicitamente tematizzati o fatti oggetto di discorso. Attraversano piuttosto la dimensione emotiva, anche quella tattile – la dimensione legata al "fare" – che è l'asse principale della percezione, del rapporto immediato con il mondo, come ha dimostrato Merleau-Ponty²⁴. È evidente che essi generino forme di potere. Non a caso un ramo delle neuro-scienze è quello della neuro-politica.

Ancora un ultimo aspetto deve essere messo in rilievo relativamente alla natura del potere che hanno i simulacri. Si tratta del rapporto che si delinea tra il simulacro e la pulsione. A questa altezza possiamo individuare un'ulteriore differenza rispetto all'analitica del potere foucaultiana. Il

²⁴ Maurice Merleau-Ponty, *Fenomenologia della percezione*, Milano, 1965.

soggetto/assoggettato descritto da Foucault è assoggettato perché le sue pulsioni vengono fatte oggetto di discorso e disciplinate, e in ultima istanza, represses, negate e piegate. Il simulacro non piega le pulsioni, le gestisce. Si tratta, se vogliamo, di una forma di potere ancora più sottile di quella intravista nella dinamica foucaultiana. Laddove Foucault ha dimostrato come il potere non ha sul desiderio soltanto una presa esterna, in altre parole non ha una natura esclusivamente repressiva, così il simulacro non reprime e piega le pulsioni. Polverizzando sia il discorso sia il testo scritto, polverizzando i luoghi attraverso cui il potere del discorso si dispiega e si attua, penetra e dirige, si insinua a livello della pulsione stessa. Ne è il collettore – un collettore collettivo di pulsioni – e, nello stesso tempo l’elaboratore. Il potere dei simulacri è, in tal senso, un potere che agisce nel profondo. L’attuazione di quello che McLuhan, con geniale anticipazione, definiva “estensione del sistema nervoso centrale” – il sistema per cui tutte le persone diventano istantanee nelle loro reazioni immediate condivise, simultaneamente, dall’intera umanità²⁵.

²⁵ McLuhan, *op. cit.*, p. 269.



Sesto San Giovanni (MI)
via Monfalcone, 17/19

© Metabasis.it, rivista semestrale di filosofia e comunicazione.
Autorizzazione del Tribunale di Varese n. 893 del 23/02/2006.
ISSN 1828-1567



Quest'opera è stata rilasciata sotto la licenza Creative Commons Attribuzione- NonCommerciale-NoOpereDerivate 2.5 Italy. Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/it/> o spedisci una lettera a Creative Commons, 559 Nathan Abbott Way, Stanford, California 94305, USA.