

Why we shoot: la parabola del sé dall' autoritratto al selfie

Noli foras ire, in te ipsum redi, in interiore homine habitat veritas,
etsi tuam naturam mutabilem inveneris, trascende et te ipsum.

(Agostino, *De vera religione*, 390 ca.)

Preferisco comporre la mia morte.

(Roberta Tatafiore, *La parola fine. Diario di un suicidio*, 2010)

Abstract

Questo testo contiene alcune riflessioni sulla pratica di massa del selfie, neologismo che - com'è noto - designa l' autoritratto fotografico realizzato con uno smartphone e condiviso su un social network. In particolare formulo e sviluppo un' ipotesi di fondo: *il selfie può essere visto come una reazione disfunzionale al bisogno di riflessione su di sé che accompagna ciascuno di noi.*

Tale ipotesi si articola in due punti:

1) *Il selfie sembra distinguersi strutturalmente dall' autoritratto fotografico "tradizionale" per il fatto che, fra le altre cose, tende a risolvere in modo diverso quella relazione con il tempo e con la morte peculiare della fotografia;* e a maggior ragione si distingue dall' autoritratto in generale. Così è, quanto meno, nell' esperienza di massa (non mi occupo di taluni esiti più consapevoli e "artistici" del selfie).

2) Nella misura in cui mette in scena l' impossibilità di rappresentare l' identità del soggetto-oggetto, *il selfie fornisce una risposta narcisistica al problema della morte:* il selfie perde la sfida ingaggiata dal sé con la morte, configurandosi semmai come morte del sé anticipata e autoinflitta, ossia suicidio sublimato. A questa messa in scena allude il titolo del mio intervento, che rimanda al titolo del libro di Peter Langman *Why Kids Kill: Inside the Minds of School Shooters*, dedicato ai suicidi-omicidi di massa a opera di adolescenti. La questione da cui ritengo di dover partire - perché ci facciamo i selfie - si potrebbe insomma rendere in inglese così: "why we shoot". Fa qui gioco, evidentemente, l' ambiguità semantica del verbo *to shoot*: esso vale sia nel senso di "scattare una fotografia, effettuare una ripresa cinematografica", sia in quello di "sparare". Tuttavia cercherò di suggerire che l' accostamento fra suicidio-omicidio di massa e selfie è qualcosa di più di un' analogia.

0. Premessa

È doveroso precisare in via preliminare che non intendo qui sviluppare una teoria sociale, psicologica o psicoanalitica del selfie. Tanto meno intendo sviluppare una teoria del suicidio. Ciò andrebbe al di là delle mie competenze e dei miei obiettivi. Faccio bensì ricorso ad alcuni aspetti della cultura psicoanalitica con l' approccio del *bricoleur*, quale io sono, integrandoli con gli strumenti della teoria dei media e della comunicazione. Il mio discorso ha un certo livello di metaforizzazione. Mettere insieme tante cose diverse, da Albrecht Dürer alla fenomenologia degli specchi, da Wim Wenders ai suicidi degli *school shooters*, per arrivare al selfie, comporta

molti rischi. L'auspicio è che l'audacia transdisciplinare non nuoccia eccessivamente al rigore del ragionamento.

In secondo luogo nel corso del mio ragionamento quasi mai mi riferisco al narcisismo in quanto disordine della personalità o disfunzione riscontrabile in taluni soggetti che richiedono uno specifico supporto terapeutico. Parlo di cultura narcisistica o atteggiamento narcisistico, riscontrabili oggi in una serie di comportamenti di massa. Essi non hanno - in sé - alcunché di patologico a livello del soggetto e secondo i criteri diagnostici del DSM. Tuttavia rischiano di configurarsi come la manifestazione contemporanea di una psicopatologia della vita quotidiana e come nuova forma di disagio. La posizione narcisista sembra costituire la cifra del discorso pubblico contemporaneo. È una nuova epidemia, specchio di una sofferenza insieme psichica e sociale. Anche se qui io mi occupo solo di una sua forma - la pratica del selfie - la posizione narcisista si manifesta in vari ambiti, dalla vita su Facebook alla politica pop (pensiamo a personaggi come Matteo Renzi e Donald Trump).

Del resto la giornalista americana Kristin Dombek mette in guardia contro un'epidemia uguale e contraria: la narcisofobia, o paura del narcisista della porta accanto. Una paura che rischia di deformare le nostre relazioni con gli altri, intrapolandole in un vittimismo presuntuoso e risentito (Dombek, 2016).

Infine mi fa piacere ricordare che i ragionamenti qui presentati rielaborano alcune lezioni svolte nell'ambito del Master di primo livello in Management dei prodotti e servizi della comunicazione presso l'Università degli Studi di Cagliari nel novembre del 2013 e nel maggio del 2015. Agli studenti del Master sono grato per tutti gli stimoli ricevuti, le idee e i suggerimenti.

1. Mediare l'immagine di sé: autoriflessione e comunicazione

Che quella del selfie sia una pratica largamente diffusa è provato da alcuni numeri di largo dominio. Un dato sarebbe sufficiente a dare la misura del fenomeno: all'interno della piattaforma Instagram sono censiti oltre 270 milioni di immagini con l'hashtag "#selfie". Eppure secondo una elaborazione di Techinfographics del 2014 Instagram ospita solo l'8% dei selfie condivisi online a livello mondiale: il 48% finisce su Facebook, il 27% su WhatsApp, il 9% su Twitter, il 5% su Snapchat e il 2% su Pinterest. Percentuali in movimento, vista la rapida crescita, negli ultimi due anni, di Instagram e Snapchat.

Si potrebbe affermare che il selfie sia l'evoluzione dell'autoritratto fotografico: una forma espressiva divenuta pratica di massa grazie alle caratteristiche dei dispositivi tecnici che trovano oggi una diffusione generalizzata. Dovrebbe risultare chiaro che uso il termine *dispositivo* - in inglese *apparatus* - in senso foucaultiano, intendendo cioè qualunque oggetto, pratica o istituzione in grado di catturare, orientare, modellare e controllare i gesti, le opinioni e i discorsi degli esseri umani (Foucault, 1976). In questo senso si potrebbe dire che il dispositivo tecnico non esiste; esiste - semmai - il dispositivo tecnico-politico.

La mediazione dei dispositivi influenza la produzione e la circolazione delle immagini. Chiamiamo regime scopico il rapporto che si instaura fra sguardo, dispositivi ottici e medialità, immagini prodotte e fatte circolare attraverso tali dispositivi (Metz, 1977). La cultura visuale definisce l'insieme dei fattori che condizionano e guidano l'interazione fra visualità, apparati e istituzioni (Mirzoeff, 2009).

Riconoscere la potenza dei dispositivi dentro i quali agiamo e dai quali siamo agiti non significa *ipso facto* darne una lettura deterministica. Ogni contenuto mediale è soggetto infatti a un processo di codifica da parte di chi lo produce (emittente) e di successiva decodifica da parte di chi ne fruisce (destinatario). La decodifica implica in tal senso appropriazione e ricontestualizzazione (Sturken & Cartwright, 2009). Insomma: siamo più liberi di quanto certe visioni apocalittiche lascino intendere.

Quali sono i dispositivi tecnici di cui dobbiamo occuparci, oggi? La pubblicistica tende in genere a considerare lo smartphone, che però è valutato più come *device* che come *apparatus*. In realtà sono dispositivi non solo lo smartphone, ma anche i programmi software che operano in esso e i servizi online ai quali ci permettono di accedere, come Facebook o Instagram. Per meglio dire: smartphone, applicazioni, servizi online e utenti sono elementi del dispositivo. Essi compongono nel loro insieme un unico ecosistema nel quale ci troviamo immersi.

Si tratta - è bene notarlo - di un'immersione permanente. È finita la stagione in cui le nostre esperienze medialie erano confinate entro momenti, spazi e rituali ben definiti: leggere il quotidiano al mattino presto, andare al cinema o a teatro di sera o di domenica, riunirci intorno alla tv con la famiglia o gli amici come intorno a un moderno focolare domestico. I media si sono presi tutto il nostro tempo e, in questo senso, ci hanno catapultato in una condizione postmediale, come osservano ormai diversi autori (Eugeni, 2015).

Vi è un carattere paradossale nei dispositivi contemporanei, chi appaiono al tempo stesso ipertecnologici e naturali (perché la tecnologia diventa invisibile).

Il dispositivo non si pone come entità altra rispetto al soggetto. Esso è *in limine*: né oggetto né soggetto, *in-umano* più che *dis-umano*. Il dispositivo è dentro di noi, ma estraneo. Kenneth McKenzie Wark lo definisce "intimate stranger" (McKenzie Wark, 2015).

Il selfie è dunque l'evoluzione dell'autoritratto fotografico?

Non sembrerebbe esservi dubbio. Il selfie è una delle forme dell'autoritratto, nel senso che è l'immagine del volto dell'autore. Come lo sono gli autoritratti di Raffaello, Albrecht Dürer, Pablo Picasso, André Kertész o Francesca Woodman.

D'altra parte sappiamo che l'immagine di qualcosa non esiste, a priori. Forme e colori - così come odori, suoni, caldo e freddo - non sono proprietà del mondo, ma costruzioni della mente. L'immagine è il prodotto dei nostri meccanismi cognitivi, è un allestimento del nostro cervello. Essa nasce dall'incontro fra mondo e sguardo del soggetto (Bellone, 2011).

Dunque l'autoritratto - e anche il selfie - è l'immagine generata dall'incontro fra il soggetto e il suo volto. A chi è indirizzata, questa immagine? Essa ha due tipi di destinatario: si rivolge, contemporaneamente, al soggetto stesso che l'ha generata e a un pubblico più o meno ampio. Ha dunque una dimensione al tempo stesso autoriflessiva e comunicativa.

Più complesso definire il contenuto di questa comunicazione. È l'immagine stessa? Oppure l'immagine del volto sta per qualcos'altro? Mi sembra che vi siano diversi livelli di mediazione. L'immagine del volto media fra lo sguardo del soggetto e il volto, ma il volto stesso media fra il Sé - il senso di ciò che si è - e il mondo esterno. Se poi utilizziamo un medium per veicolare l'immagine, le cose si complicano ulteriormente.

Dunque il volto è un medium. Ciò che qui è importante è proprio il riferimento al volto. Certo, sappiamo che esso non è essenziale alla comunicazione. Nella sua forma scritta, per esempio, la comunicazione fa a meno del volto. Ma quando mettiamo in gioco il nostro volto, la comunicazione diventa empatica al massimo grado. Addirittura possiamo affermare che la dimensione etica comincia con l'incontro del volto dell'altro, che ci chiama alla responsabilità (Lèvinas, 1979).

Il pensiero va all'allestimento realizzato da Marina Abramović nel 2010 per il Museum of Modern Art di New York, con il titolo *The Artist is Present*: un tavolo e due sedie, su una sedia la performer, sull'altra lo spettatore, il quale può guardare la Abramović negli occhi per tutto il tempo che desidera, fino alle lacrime. È una prova fisica ed emotiva che coinvolge entrambi e che può rivelarsi incredibilmente difficile da sopportare. La performance è andata in scena tutti i giorni per tre mesi, sette ore al giorno, per un totale di 700 ore.

Naturalmente esistono, nella storia dell'arte e della fotografia, esempi anche famosi di autoritratti in cui l'immagine del volto è negata. È il caso del collage di quattro polaroid della serie *Rien* di Jean-Michel Alberola del 2001, del famoso autoritratto-firma di Marcel Duchamp del 1904 o della serie di autoritratti fotografici di John Coplans, o ancora l'*Autoritratto tormentato* di Ashley Bickerton del 1988. Il volto può essere negato anche attraverso la sua illusoria moltiplicazione, come avviene nel gioco fotografico di Marcel Duchamp intitolato *Attorno a un tavolo*, del 1917. Qui l'artista mette in scena - attorno a un tavolo, appunto - cinque repliche della propria immagine, altrettante maschere in cerca di un sé.

Sembra però che, nella maggior parte dei casi ricordati, la negazione del volto risponda alla volontà di sottolineare un'aporia tragica a livello percettivo o comunicativo, e dunque non faccia che ribadire l'importanza del volto stesso. In questi autoritratti a mancare è proprio ciò che, più di ogni altra cosa, si ricerca. L'immagine del volto è assente perché il soggetto non la riesce a creare, oppure perché non la può comunicare.

Su tale aporia tragica ci invita a riflettere Ugo Mulas, in quella splendida raccolta di meditazioni intitolata *Le verifiche*. Si tratta di una riflessione riepilogativa del proprio lavoro di fotografo, fra testo e immagine, che Mulas realizza fra il 1969 e il 1972. Non stupisce che Mulas dedichi alcune delle sue "verifiche" all'impossibilità, per l'artista, di vedere il proprio volto mentre fotografa sé stesso. In uno di questi scatti appare il suo autoritratto, sfocato, accompagnato da questo commento:

Ho voluto tornare sul tema dell'autoritratto, del volto del fotografo cancellato o impreciso. Qui, su uno stesso fotogramma, Nini ed io siamo insieme: Nini è a fuoco, io sono sfocato. È a fuoco perché ero io a fotografarla, la vedevo così e così volevo vederla, perché voglio sempre vedere col massimo di chiarezza quello che mi sta davanti, e fotografare è vedere e voler vedere, prima di tutto. Il mio viso è sfocato perché c'è una sola parte del mondo sensibile che l'uomo, che "può vedersi mentre guarda" secondo Merleau-Ponty, non riesce a vedere di sé: il viso. Tutt'al più si può rendere un'idea approssimata, attraverso la memoria di altre fotografie, il narcisismo di una superficie riflettente, qualche riferimento casuale, ma l'immagine resterà imprecisa, sfocata (Mulas).

Ma torniamo alla questione tuttora inevasa: possiamo affermare che il selfie è un autoritratto fotografico? Se no, in che termini se ne distingue? La questione ne evo-

ca un'altra: l'autoritratto fotografico si iscrive nella storia dell'autoritratto nel segno della continuità, oppure segna una svolta?

2. Discontinuità pittura-fotografia: riflessioni fra Ottocento e Novecento

Ci dobbiamo dunque domandare se l'avvento della fotografia abbia determinato una discontinuità forte rispetto alla forma dell'espressione pittorica. La riflessione di alcuni autorevoli osservatori, che sono stati testimoni di questo passaggio traumatico e - per così dire - lo hanno vissuto sulla loro pelle, sembra fornire una conferma di tale ipotesi. La fotografia introduce un nuovo tipo di sguardo, un modo inedito di scrutare la realtà e l'essere umano. Mi limito qui a due testimonianze particolarmente significative: quelle di André Breton e Walter Benjamin.

André Breton sembra suggerire l'esistenza di un'analogia fra il nuovo medium fotografico e l'esperienza della scrittura automatica, di cui egli stesso è ideatore nell'ambito di una poetica surrealista profondamente influenzata dagli studi di Sigmund Freud. La scrittura automatica di Breton è un'espressione verbale non mediata dalla ragione, forma monologante che si manifesta così rapidamente da sospendere ogni facoltà critica, senza alcuna preoccupazione di natura estetica o morale. L'analogia con la fotografia è nella natura del processo di registrazione, una natura che Breton considera appunto automatica. La macchina fotografica registra meccanicamente la realtà, e per questo appare a Breton uno "strumento cieco". E la scrittura automatica è definita dallo stesso Breton come "fotografia del pensiero" (Breton, 1924, p. 101).

A Walter Benjamin si deve una delle prime riflessioni articolate sullo statuto epistemologico della fotografia, colto nel suo evolversi storico. Mi riferisco qui in particolare al saggio *Piccola storia della fotografia*, che risale al 1931. Benjamin scrive a quasi un secolo dall'invenzione del nuovo medium e quindi è già in grado di identificare una serie di trasformazioni che portano prima allo smantellamento nell'aura ereditata dalla cultura pittorica ottocentesca - una sorta di "struccamento della realtà" (Benjamin, *Piccola storia della fotografia*, 2012, p. 236) - poi alla scoperta di nuovi orizzonti percettivi. A partire dagli anni Venti la fotografia ci fa guardare le cose in un modo diverso, o - per meglio dire - ci fa osservare cose un tempo invisibili. Significativa, in questo senso, l'analogia con la psicoanalisi: la fotografia ci svela un inconscio ottico analogo all'inconscio pulsionale (*ivi*, p. 230).

3. Fotografia, ritratto fotografico e morte

Roland Barthes è fra coloro che hanno con più convinzione posto la fotografia in relazione con l'esperienza della morte, in particolare con riferimento alla pratica del ritratto fotografico. Com'è noto alla fotografia Barthes dedica alcune note importanti nel saggio del 1980 *La camera chiara*. Qui si sviluppa l'idea di una forma dallo statuto ambiguo: la fotografia è, al tempo stesso, immagine di ciò che non è più e certificazione di ciò che è stato: "immagine folle, velata di reale" (Barthes, 2003, p. 115).

Il semiologo francese tocca a mio avviso un punto nodale, nel momento in cui contrappone la mobilità dell'"io" con la fissità dell'immagine fotografica. La fotografia congela ciò che, per sua natura, è dinamico; per questo non le riesce di essere "obiettiva". E noi non coincidiamo mai con la nostra immagine: mentre questa è "pesante, immobile, tenace", l'"io" è "leggero, diviso, disperso" (*ivi*, p. 13).

Vi è peraltro una dinamica che coinvolge due sguardi e due intenzionalità, rispettivamente del fotografo e del soggetto che si lascia fotografare. Entrambi credono di vedere qualcosa e/o vogliono vedere qualcosa:

Davanti all'obbiettivo io sono, contemporaneamente: quello che io credo di essere, quello che vorrei si creda io sia, quello che il fotografo crede io sia, e quello di cui egli si serve per far mostra della sua arte. In altre parole, azione bizzarra: io non smetto di imitarmi, ed è per questo che ogniqualvolta mi faccio (mi lascio) fotografare, io sono immancabilmente sfiorato da una sensazione d'inautenticità, talora d'impostura [...]. Immaginarmente, la Fotografia (quella che io *assumo*) rappresenta quel particolarissimo momento in cui, a dire il vero, non sono né un oggetto né un soggetto, ma piuttosto un soggetto che si sente diventare oggetto: in quel momento io vivo una micro-esperienza della morte (della parentesi): io divento veramente spettro. (*ivi*, p. 15)

Secondo Barthes questa esperienza della morte avvicina la fotografia alle forme più antiche di teatro, più che alla pittura. Il teatro, in origine legato al culto dei morti, permette di designare l'immagine (il corpo) dell'attore in vita e in morte al tempo stesso. L'attore si distacca dalla comunità dei vivi e interpreta la parte del morto. Egli è contemporaneamente vivo e morto:

Busto imbiancato del teatro totemico, uomo dal volto dipinto del teatro cinese, trucco a base di pasta di riso del Katha Kali indiano, maschera del teatro No giapponese. Ora è appunto questo stesso rapporto che io ritrovo della Foto: per quanto viva ci si sforzi di immaginarla (e questa smania di "rendere vivo" non può essere che la negazione mitica di un'ansia di morte), la Foto è come un teatro primitivo, come un Quadro Vivente: la raffigurazione della faccia immobile e truccata sotto la quale noi vediamo i morti. (*ivi*, p. 33)

A conclusioni non dissimili approda, in tempi più recenti e muovendo da una prospettiva di taglio sociologico, Vanni Codeluppi. Che cos'è la fotografia?, si domanda Codeluppi. Un tentativo - con esito inevitabilmente ambiguo - di relazionarsi con la morte. L'esito è ambiguo perché l'immagine fotografica da un lato genera l'illusione di fissare un'istante per l'eternità (non a caso si dice *immortalare*), aiutando il soggetto a superare l'angoscia della fine, dall'altro lo pone costantemente a confronto con l'idea della morte. Nel momento in cui mostra qualcosa che non esiste più, la fotografia certifica "che quell'oggetto è effettivamente esistito e che è stato là dove io lo vedo" (Codeluppi, 2007, p. 15).

Peraltro ciò presuppone una referenzialità forte della fotografia, l'idea cioè che essa riproduca il reale in forma particolarmente attendibile. Di un dipinto realistico non si dice forse che sembra una fotografia? Ma questa idea è, almeno in parte, contestabile. L'illusione mimetica della fotografia rischia di essere un fragile paravento dietro cui si nasconde una funzione affatto diversa, di tipo compositivo e narrativo. L'incapacità dell'immagine fotografica di riprodurre il mondo con l'attendibilità che ci si aspetterebbe genera sconcerto ed è vissuta quasi come un tradimento. Nel film *Alice nelle città*, Wim Wenders descrive il viaggio di ricerca di Philip Winter, giornalista in crisi di identità che attraversa la Germania insieme alla giovane Alice nel tentativo di ritrovare la nonna di lei. I due sono "armati" di una Polaroid con la quale, nel corso del viaggio, scattano numerose istantanee: come se le immagini catturate con la macchina fotografica potessero aiutarli a riconoscere i luoghi attraversati e conferire loro un senso, portandoli più vicini alla meta. Ma Winter scopre

progressivamente lo scarto ineludibile fra la realtà e l'immagine prodotta dalla Polaroid, fino a constatare che quest'ultima "non è mai come la realtà: "ogni immagine ti tormenta, vuole qualcosa" (Wenders, *Alice in den Städten*, 1973).

Anni dopo lo stesso Wender tornerà a riflettere sullo statuto dell'immagine fotografica nel film *Appunti di viaggio su moda e città*. Qui il tema è quello del passaggio dall'analogico al digitale. Abbiamo imparato a fidare nell'immagine fotografica - osserva il regista tedesco - ma ci possiamo fidare di quella digitale?

Con la pittura tutto era semplice: essendo unico l'originale, ogni copia era una copia, cioè un falso. Con la fotografia e poi col cinema tutto si è fatto più complesso: l'originale è un negativo e non può esistere senza la copia, tutt'altro: ogni copia è un originale. Ora, con l'immagine elettronica, e presto con quella digitale, non c'è più negativo e tantomeno positivo. L'idea stessa di originale decade. Tutto è copia. Ogni distinzione sembra puro arbitrio (Wenders, 1989).

La circostanza evidenziata da Wender non ci deve tuttavia indurre a concludere che la fotografia digitale sia, in sé, una modalità di rappresentazione del mondo più arbitraria di quella analogica, come se l'analogico fosse il regno della verità e il digitale quello della manipolazione e della falsificazione. Dovremmo semmai riconoscere, mi sembra, una sostanziale continuità nel passaggio dall'analogico al digitale. E in questo senso non possiamo parlare di un salto di paradigma. L'avvento della fotografia digitale ci induce a riconoscere con più consapevolezza una circostanza che doveva essere evidente fin dall'inizio: l'immagine fotografica non procede dall'esterno (il mondo per come esso è) verso l'interno (il dispositivo scopico - occhi, cervello, macchina). Le infinite possibilità offerte dalle attuali tecnologie di post-produzione - da Photoshop fino ai filtri di Instagram - non fanno che rendere più evidente il fatto che ogni immagine è un'invenzione, nel senso che è estratta (in latino: *inventa*)

La fotografia, insomma, non riproduce la realtà. Piuttosto essa formula un discorso sulla realtà. Di più: la fotografia sembra assolvere a una funzione interpretativa e valutativa. A proposito ci sovengono le parole di Susan Sontag:

La fotografia porta in sé ciò che noi sappiamo del mondo accettandolo quale la macchina lo registra. Ma è l'esatto opposto della comprensione, che parte dal *non* accettare il mondo quale esso appare. Ogni possibilità di capire ha le sue radici nella capacità di dire di no. A rigor di termini, da una fotografia non si capisce mai nulla (Sontag, 1978, p. 22).

L'idea che le immagini prodotte mediante una macchina fotografica ci offrano, per loro natura, la documentazione più attendibile del reale è radicata. Tale convinzione si fonda su una fiducia un po' ingenua nella tecnologia, dato che la veridicità dell'immagine fotografica sarebbe frutto di artificio quasi magico, di una competenza delegata dall'essere umano alla macchina.

Voglio qui riprendere la bella analisi che Marco Belpoliti ha condotto su due ritratti fotografici tragicamente famosi, entrambi in bianco e nero, realizzati dalle Brigate Rosse nei giorni del rapimento di Aldo Moro (Belpoliti, 2008). Il primo fu diffuso il 19 marzo 1978. Moro appare in maniche di camicia davanti a un drappo con il nome e il marchio dell'organizzazione. Correttamente Belpoliti evidenzia una circostanza: all'epoca i commenti dei media sottolinearono in modo unanime il valore documentale della foto, che certificava lo stato in vita e addirittura in buona salute

del politico democristiano. Insomma: “Moro è vivo, c’è la foto”. Non fu colto, invece, il senso pubblicitario dell’operazione, insito nella costruzione dell’immagine. Per la prima volta la figura di Moro, epitome sfuggente del potere, veniva messa in scena nella sua debolezza e intimità, quasi umanizzata. Siamo di fronte a una rappresentazione ideologica, non a una documentazione. Operazione forse non deliberata, ma frutto di un gesto automatico dei terroristi; eppure non per questo meno evidente.

La seconda foto di Moro è quella che accompagna il comunicato numero 7 delle Brigate Rosse, diffusa il 21 aprile 1978. In essa lo statista appare mentre regge una copia del quotidiano “la Repubblica”. Ancora una volta l’obiettivo è confermare che Moro è vivo. In realtà sappiamo che nel giro di pochi giorni i brigatisti avrebbero giustiziato il loro prigioniero (c’è una terza foto famosa, che mostra il corpo di Moro raggomitato nel vano posteriore di una Renault 4 in via Caetani a Roma). In questo caso - osserva ancora Belpoliti - siamo colpiti dallo sguardo di Moro, che ce lo rende nella sua essenza forse più vera:

Per quanto ridotto a “uomo comune” (...), in questa foto Moro sembra avere riacquisito una certa regalità che non ha niente a che fare con quella attribuitagli dal ruolo di uomo di potere, una regalità che pare derivargli da un’inconsueta serenità del volto (ivi, p. 29)

A distanza di 35 anni questo ritratto continua a parlarci. E forse ci parla proprio perché noi continuiamo a elaborare un discorso intorno a esso. Aldo Moro è morto tragicamente, ma la foto scattata dai suoi aguzzini contribuisce a mantenerlo in vita più delle migliaia di immagini ufficiali in cui lo statista è stato “immortalato” nel pieno del suo potere. Non credo che le Brigate Rosse avessero in mente questo obiettivo, quando lo inquadravano con la loro Polaroid.

Ecco dunque, ancora una volta, il rapporto ambiguo della fotografia con la morte; ecco la sua capacità di certificare ciò-che-è-stato, mostrando ciò-che-non-è-più. Ma la fotografia si relaziona con la morte anche in un altro senso. Essa è infatti un’uccisione simbolica, dal momento che - come suggerisce Susan Sontag - chi ritrae si impone su chi è ritratto (op. cit., p. 14).

4. Narciso e il problema dello specchio

Ci domandiamo: se scattare una fotografia (*shooting*) comporta l’uccisione simbolica del soggetto ritratto (ancora una volta: *shooting*), fotografare sé stessi potrebbe in questo senso configurarsi come una forma di suicidio? L’autoritratto è il suicidio di Narciso?

Per rispondere a un simile quesito dovremmo in via preliminare chiederci quale sia la vera esperienza di Narciso. Vorrei qui partire dal mito e in particolare dalla funzione dello specchio. È noto che in tutte le versioni del mito (Conone, Partenio, Ovidio, Pausania), il giovane semidio si innamora in della propria immagine riflessa in una pozza d’acqua. In particolare Narciso confonde l’immagine restituita dalla superficie specchiante dello stagno per una persona reale. Scrive Ovidio nelle *Metamorfosi*: “corpus putat esse, quod umbra est” (“crede sia un corpo, ma è solo un’ombra”, v. 416). Insomma, Narciso si inganna. E la fonte è detta, non a caso, ingannatrice (“Inrita *fallaci* quotiens dedit oscula *fonti*”, v. 427).

Com'è possibile che un individuo adulto sia vittima di un simile equivoco? A giudizio di Pausania la cosa pare talmente inverosimile da spingerlo ad accreditare una versione alternativa del mito, in cui Narciso non fa alcuna confusione: egli comprende chiaramente che l'immagine riflessa non corrisponde a un corpo reale, ma ne soffre comunque per la somiglianza di questa con la figura dell'amata sorella.

In realtà una lettura più attenta delle fonti consente di dire che Narciso supera l'inganno iniziale e riconosce, a un certo punto, la differenza fra sé e immagine. Restando al testo di Ovidio: "Site ego sum: sensi, nel me mea falliti mago" ("Sono io: l'ho capito, l'immagine mia non mi inganna più", v. 464). Non solo: la conclusione tragica della vicenda si sviluppa propria a partire da questo riconoscimento. Narciso non scivola nell'acqua, ma si lascia morire, sopraffatto dalla solitudine di chi non sa più riconoscersi.

Un altro aspetto su cui ci si dovrebbe soffermare, per la comprensione del mito, è la particolare natura della superficie riflettente che inganna - almeno in una prima fase - Narciso: non uno specchio in senso proprio, ma acqua. E sappiamo che l'acqua si porta dietro un'insopprimibile ambiguità, perché si offre al tempo stesso come superficie e abisso. A differenza dello specchio, l'acqua ha qualcosa di profondo da nascondere. Narciso non muore, ma si trasforma in questa profondità.

A noi però interessa, in questo caso, la proprietà riflettente della superficie: l'acqua come specchio. Sappiamo che lo stadio dello specchio designa, secondo Jacques Lacan, il momento in cui impariamo a riconoscere la nostra immagine come tale, senza confonderla con la realtà (Lacan, 1974). Si tratta di una competenza che acquisiamo definitivamente dopo i primi diciotto mesi di vita. Possibile che Narciso sia così "idiota" - uso l'espressione di Pausania - da confondersi fino a cadere nell'acqua? È questo un punto sul quale tornerò, chiamando in causa Marshall McLuhan. Certo, l'idea di Narciso che si lascia ingannare da uno specchio si presta a una lettura umoristica. Se ne rese forse conto Oscar Wilde, il quale parodiò la scena del mito nel *Fantasma di Canterville*, facendo incontrare lo spettro degli Otis con la sua immagine riflessa.

Ricordiamo in ogni caso che lo stadio dello specchio designa un percorso evolutivo. In una prima fase il bambino non riconosce l'immagine riflessa in quanto immagine. Egli la confonde con la realtà. Solo in una seconda fase realizza che si tratta di un'immagine, ma non è ancora in grado di comprendere che è la sua. Bisogna perciò attendere una terza fase, in cui il bambino compie l'"assunzione giubilatoria" dell'immagine. Ma il passaggio dall'io speculare all'io sociale necessita di un'ulteriore maturazione: quella in cui l'immagine è integrata in un sistema simbolico (per Lacan il linguaggio verbale). Il linguaggio segna il passaggio dall'immaginario al simbolico.

Ebbene, dove si colloca Narciso lungo questo percorso ontogenetico del soggetto? Prima della prima fase descritta da Lacan? Narciso è psichicamente bloccato nella condizione di un bambino di pochi mesi? Va detto che anche un individuo adulto, capace cioè di percepirsi come soggetto e di produrre segni, può fare uso dello specchio. Inoltre sappiamo che lo specchio è uno strumento atto a orchestrare operazioni semiosiche, per esempio nell'ambito dell'esperienza artistica. Non solo lo specchio è spesso utilizzato dal pittore e dal fotografo per realizzare il proprio autoritratto, ma diventa esso stesso oggetto della rappresentazione, quasi un coprotagonista dell'immagine insieme al soggetto.

Tuttavia l'esperienza speculare, in sé, non è un'esperienza semiosica, ovvero atta a produrre segni. Lo dimostra argutamente Umberto Eco nel saggio *Sugli specchi* (Eco, 1985). E se - aggiungiamo noi - l'immagine speculare non è un segno, lo è invece l'autoritratto (pittorico, fotografico). L'autoritratto è un segno, un'operazione semiosica; non è un'immagine speculare di sé. La tela, la lastra fotografica o il sensore LCD non sono specchi. Non lo sono perché, mentre lo specchio congela l'immagine riflessa, tela, lastra e sensore trattengono un'impronta, cioè traducono i raggi luminosi in altra materia (*ivi*, pp. 43-44).

5. Dall'autoritratto fotografico al selfie

Mi accorgo che, in questo nostro girovagare intorno al problema, ancora non abbiamo fornito una definizione di selfie. Partiamo da quella dell'*Oxford English Dictionary*, ed. 2013, che recita: "A photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and uploaded to a social media website". Perché si possa parlare di selfie, dunque, sembra che due condizioni debbano essere soddisfatte: in primo luogo l'immagine fotografica deve essere prodotta con uno smartphone, secondariamente essa deve essere condivisa dal suo autore attraverso i social network.

Secondo Vanni Codeluppi il selfie è "un messaggio che un individuo produce su di sé" (Codeluppi, 2015, p. 7), riconducibile a un modello comunicativo più generale che si manifesta da tempo e che lo stesso sociologo definì già dieci anni fa con il termine "vetrinizzazione" (Codeluppi, 2007). Questa consiste nell'esibizione del proprio fascino esteriore con l'obiettivo di suscitare l'interesse degli altri. Peraltro - osserva ancora Codeluppi - "le radici del selfie sono evidentemente collocate all'interno della storia delle pratiche fotografiche" (Codeluppi 2015, p. 12).

Vi sono però alcune ragioni per considerare selfie e autoritratto fotografico due esperienze diverse (Wendt, 2014). Identifico in particolare quattro dimensioni chiave, che caratterizzano il selfie:

- a) *commoditizzazione* (la pratica è diffusa a livello di massa e non richiede alcuna competenza tecnica, essendo supportata da apparati con un elevato potere elaborativo, con conseguente indebolimento della consapevolezza estetica e banalizzazione del linguaggio);
- b) *socializzazione* (ogni immagine viene immessa nel circuito della Rete, trovando in esso la sua giustificazione e la misura del suo successo, nel momento in cui è vista da altri, apprezzata e condivisa);
- c) *naturalizzazione* (il rapporto dell'autore con l'apparato fotografico e di stupefacente intimità, portandoci a vivere l'oggetto tecnologico come parte della nostra stessa identità corporea);
- d) *transmedialità* (il selfie non è solo immagine, ma anche testo scritto, quest'ultimo con funzione generalmente metainformativa).

Mi sembra che il fatto più rilevante sia la funzione del selfie nel contesto dell'esperienza online, definita all'interno di alcuni apparati tecnici come Facebook, Instagram, Twitter e - più recentemente - Snapchat. Il principio costitutivo di tale esperienza è la continua richiesta di performance. Parliamo di contesti esibitivi, in cui siamo invitati a metterci in scena con l'obiettivo di ottenere approvazione sotto forma di *like*, condivisioni, numero di "amici".

Naturalmente la preoccupazione per la propria immagine, fra progetto di sé e promozione personale, non è estranea alla storia dell'autoritratto. Si potrebbe anzi affermare che l'autoritratto moderno è tutto accompagnato da questa tensione, che nasce dalla consapevolezza del proprio ruolo da parte dell'artista e dal suo bisogno di distinguersi, facendo di sé stesso un capolavoro. Pensiamo alla pittura autoreferenziale di Albrecht Dürer, accorto fabbricatore e promotore della propria immagine, fino al limite dell'iconizzazione cristica raggiunto nell'*Autoritratto in pelliccia* del 1500, oggi conservato nella Alte Pinakothek di Monaco.

Ma la diffusione del selfie tradisce qualcosa di più e di diverso. Qual è l'energia che ci muove? Non è solo individualismo borghese, né esibizionismo dell'artista. Quella che si manifesta oggi, nell'epoca della riproducibilità tecnica resa oggetto di consumo, è una autentica ossessione collettiva. Cosicché, alla perdita definitiva dell'aura dell'opera, già segnalata da Benjamin, si somma un'iperproduzione di immagini. Scrive in proposito Ferdinando Scianna:

Non ci mettiamo più "in posa" per offrire alla macchina, al mondo, l'istante migliore, quello che vale la pena di conservare e condividere. Produciamo compulsivamente un incessante menù di immagini di noi stessi, per poi, contestualmente, condividere quelle salvate e distruggere le altre. Operazione apparentemente salvifica, in realtà disperata, autodistruttiva della nostra stessa identità. (Scianna, 2014, p. 94)

Siamo qui al cuore del problema. In una sorta di coazione a ripetere, compiamo il gesto di autoritrarci compulsivamente, in ogni istante e in ogni situazione. Ma più ci rappresentiamo, meno ci riconosciamo. Perché nessuna delle innumerevoli immagini che catturiamo ha la capacità di dire qualcosa su di noi. Ci circondiamo di immagini "mute", che certificano la nostra morte in vita.

Come detto poc'anzi, questa coazione a ripetere sembra una risposta allo stimolo esibitivo indotto dai social network. Ma è dubbio che la continua richiesta di performance da parte della Rete rafforzi la nostra capacità autoriflessiva. Il problema, anzi, è che la indebolisce. Di ciò si occupa diffusamente Sherry Turkle nel suo ultimo libro (Turkle, 2015). Attraverso un corpus cospicuo di interviste raccolte nell'arco di un quinquennio, Turkle mostra come l'esigenza di esibire una versione migliore di noi stessi, imposta dai social network, porta a eludere il confronto con le nostre vulnerabilità. Ma sappiamo che la capacità di fare i conti con le nostre vulnerabilità è centrale per la nostra felicità, la nostra creatività e la nostra produttività. Ecco, in proposito, una testimonianza riportata da Turkle (una delle numerose di questo tipo):

Spendo il mio tempo online nel tentativo di essere vista dagli altri sempre brillante, intelligente, coinvolta e allo stesso tempo con quel giusto senso di ironico distacco da tutto. L'autoriflessività dovrebbe essere più, diciamo, la capacità di dire chi sono, con i miei nei e tutto il resto, cioè come mi vedo veramente. Forse, temo, sto affidando la responsabilità di stabilire chi sono al modo in cui gli altri mi vedono. Non sono rigorosa nelle mie riflessioni, perché mi perdo nella necessità di performare. Su Twitter e Facebook sono incatenata alla necessità di esibire il mio io migliore, di mostrarmi invulnerabile o con la minima vulnerabilità possibile.

In una coscienza divisa tra il desiderio di esprimere sé stessi un modo autentico e la pressione esercitata dagli apparati online a mostrare il proprio sé migliore possono svilupparsi depressione e ansia? Secondo Turkle la cosa non deve sorprendere. Al-

tre ricerche sembrano fornire una conferma a questa ipotesi (Becker, Alzahabi, & Hopwood, 2013).

La riflessione su di sé può assumere la forma di un racconto. Si parla molto, in questo senso, di funzione auto conoscitiva e terapeutica dello storytelling. Dobbiamo allora considerare che anche la rappresentazione di sé stessi che produciamo a uso dei social media si sviluppa apparentemente sotto la spoglia del racconto. È una sequenza di immagini istantanee, collocate in ordine pseudo-cronologico. Su Facebook si chiama News Feed, su Twitter prende il nome di Timeline. Ma a governare questa linea non è il tempo, con la sua giusta e saggia tirannia. Né è l'utente, anche se ci si può illudere del contrario. A governare sceneggiatura e sintassi del nostro diario online è un algoritmo, disegnato allo scopo di ottenere da noi comportamenti sempre più funzionali agli obiettivi del dispositivo.

Il confronto fra selfie e autoritratto fotografico può essere istituito anche secondo un'altra prospettiva, squisitamente mediatica. Nell'autoritratto fotografico, e a maggior ragione nel selfie, il soggetto non mette in scena solo sé stesso, ma anche il suo incontro con il dispositivo tecnico. Il senso di tale incontro non era sfuggito a Benjamin, che ne parla nei *Passages* (Benjamin, 2002). Ma nel selfie assistiamo a un'autentica simbiosi fra individuo e macchina. Il soggetto vi si impegna non solo con il proprio occhio, ma con tutto il corpo (si pensi alla necessità di estendere il braccio, onde permettere alla fotocamera del telefono di inquadrarci nel suo campo visivo). Di più: l'individuo si assoggetta al dispositivo e ne diventa la protesi. Il selfie ritrae il suo autore nell'atto di sacrificarsi alla macchina.

6. Il selfie come risposta narcisistica al problema della morte

Al mito di Narciso e alla sua interpretazione Marshall McLuhan dedica un breve ma denso capitolo del suo *Capire i media* (McLuhann, 1967). Qui lo studioso canadese stravolge, alla sua maniera, la lettura "classica" del mito, per proporre una affatto nuova. Secondo McLuhan non è vero che Narciso veda la propria immagine riflessa nell'acqua e se ne innamori. Non è vero, cioè, che egli si innamori della propria riproduzione speculare, di qualcosa che riconosce come sé stesso. Narciso non è innamorato - dice McLuhan - bensì intorpidito ("narcotizzato").

McLuhan parla di "stato di torpore" determinato dall'estensione o autoamputazione del nostro corpo, riferendosi agli studi di fisiologia di Hans Selye e Adolphe Jonas. L'estensione di sé tende a preservare l'equilibrio psichico del soggetto quando la percezione non riesce ad evitare la causa dell'irritazione e il conseguente disagio. Lo stato di torpore è dunque la reazione immediata del sistema nervoso centrale all'autoamputazione, in attesa di trovare un nuovo stato di equilibrio sensoriale.

Dunque l'immagine di Narciso "è un'autoamputazione o un'estensione determinata da pressioni irritanti. In quanto revulsivo essa produce un torpore generale o uno choc che impedisce il riconoscimento. L'amputazione di sé vieta il riconoscimento di sé."⁵⁹ Narciso non si innamora di sé stesso, vedendo la propria immagine riflessa nell'acqua. Egli cade in uno stato di torpore, prodotto dalla estensione speculare di sé e dal conseguente isolamento del senso della vista.

Ora, secondo McLuhan "ogni invenzione o tecnologia è un'estensione o un'autoamputazione del nostro corpo, che impone nuovi rapporti e nuovi equilibri tra gli altri organi e le altre estensioni del corpo"⁶¹. Per utilizzare un'estensione tecnologica dobbiamo "riceverla", ossia accoglierla nel nostro sistema. Ciò deter-

mina la difesa narcisistica e l'intorpidimento sensoriale, in attesa della identificazione di un nuovo equilibrio. Ma lo stato di quiete è impossibile:

È l'ininterrotta ricezione della nostra tecnologia nell'uso quotidiano che, nel rapporto con queste immagini di noi stessi, ci pone nella posizione narcisistica della coscienza subliminale e del torpore. Ricevendo continuamente tecnologie ci poniamo nei loro confronti come altrettanti servomeccanismi. È per questo che per poterle usare dobbiamo servire questi oggetti, queste estensioni di noi stessi, come fossero dei o religioni minori. Un indiano è il servomeccanismo della sua canoa, come un cowboy del suo cavallo o il dirigente del suo orologio (*ivi*, p. 62).

La posizione narcisistica è dunque lo stato di contemplazione dei nostri idoli, ossia delle tecnologie che estendono le nostre capacità sensoriali. Suggestivo, in questa prospettiva, il rimando al Salmo 114 dell'Antico Testamento:

Gli idoli delle genti sono argento e oro,
opera delle mani dell'uomo.
Hanno bocca e non parlano,
hanno occhi e non vedono,
hanno orecchi e non odono,
hanno narici e non odorano.
Hanno mani e non palpano,
hanno piedi e non camminano;
dalla gola non emettono suoni.
Sia come loro chi li fabbrica.
e chiunque in essi confida¹.

In che senso il selfie rimanda al narcisismo, inteso come manifestazione di un disturbo dell'investimento del Sé? Per provare a rispondere a questa domanda ricorro all'inquadramento del tema offerto da Heinz Kohut.

Il Sé è un *contenuto* dell'apparato mentale, non uno dei suoi componenti. Il Sé, dunque, non è un'istanza psichica. Il narcisista è rimasto fissato a configurazioni arcaiche del *Sé grandioso* e/o a *oggetti arcaici (oggetti-Sé)* sopravvalutati, non sperimentati come separati e indipendenti dal Sé e investiti di libido narcisistica (Kohut, 1976, p. 11-41).

Abbiamo dunque, secondo Kohut, *due configurazioni narcisistiche*: 1) richieste solipsistiche di attenzione, corrispondenti allo stadio del Sé grandioso, e bisogno ossessivo di fusione con un oggetto onnipotente, ovvero stadio dell'immagine parentale idealizzata (*ibidem*).

Mi sembrano importanti i concetti di *risposta speculare* e *frustrazione*. La risposta speculare è quella che restituisce la madre (il genitore?) al bambino, consentendogli di costruire un'immagine coerente del Sé: è l'empatia che crea autostima. La frustrazione (ottimale) è quella cui la madre sottopone il bambino disilludendolo gradualmente e aiutandolo a evolvere dall'equilibrio narcisistico primario.

Lo smartphone potrebbe dunque essere inteso come oggetto-Sé da cui il narcisista si attende una risposta speculare di tipo materno, ricevendo invece frustrazione.

¹ *Salmo 114*, 4-8, Versione CEI 1974. Nella versione riveduta del 2008 diventa *Salmo 115*, 4-8, ma il testo è sostanzialmente identico.

7. Il selfie come suicidio sublimato

Una lettura fedele del mito di Narciso ci permette di ricordare che il giovane semi-dio non muore cadendo nell'acqua, ma si toglie volontariamente la morte. Che rapporto possiamo istituire fra narcisismo e suicidio?

Ho cominciato a riflettere su questa parte del mio intervento nel luglio scorso, in seguito all'attentato suicida di Ali Sonboli, il 27enne tedesco di origine iraniana che uccise nove persone all'interno di un centro commerciale di Monaco, prima di spararsi un colpo in testa. Le indagini della polizia permisero di ricostruire il profilo psicologico del giovane, vittima di atti di bullismo a scuola e affascinato dagli omicidi di massa. In particolare si apprese che Sonboli era stato ricoverato per problemi di depressione e dipendenza da videogiochi. Si apprese poi che anche Mohamed Daleel, il rifugiato siriano responsabile di un attacco suicida ad Ansbach, era stato ricoverato in una clinica psichiatrica dopo avere tentato più volte di levarsi la vita.

Il profilo di Sonboli, Daleel e altri giovani attentatori suicidi, più o meno ufficialmente affiliati allo Stato Islamico (Daesh), suggerisce che si tratti di soggetti mentalmente fragili in cerca di una "buona" motivazione per farla finita con la vita. Di tale fragilità lo Stato Islamico approfitta per mobilitare questi soggetti e spingerli a compiere tanti piccoli attentati in Europa. Con ciò non si vuole suggerire un nesso fra malattia mentale e comportamenti aggressivi, ma solo identificare un tipo sociale in cui si manifestano, radicalizzate, forme di disagio probabilmente molto diffuse. Si tratta di un tema senz'altro meritevole di approfondimento, che non posso sviluppare in questa sede. Per un supplemento di indagine rimando al recente studio di Marco Lombardi sul terrorismo nel nuovo millennio (Lombardi, 2016).

Commentando l'attentato di Monaco, Gustavo Pietropolli Charmet così osservava sulle pagine del "Corriere della Sera": "Darsi la morte è l'obiettivo strategico di questi ragazzi [...] A quell'età non si sa bene cosa voglia dire morire, semmai si sa che cosa vuol dire uccidere il corpo. I ragazzi sopravvissuti confessano che pensavano di poter assistere ai propri funerali."²

Certo qui non mi occupo di *shooters* nel senso di "assassini-suicidi". Mi occupo di tutti coloro che - in modo non occasionale, talvolta addirittura compulsivo - sono coinvolti nella pratica del selfie: pratica senz'altro incruenta e, sotto molti aspetti, innocua. Talvolta la si giudica con il paternalismo di chi sa che i social media potrebbero essere utilizzati in modo più intelligente, ma in fondo è disposto a perdonare. Perché "non fanno nulla di male".

Eppure, come ho detto all'inizio del mio intervento, l'accostamento fra suicidio-omicidio di massa e selfie non va inteso come mera analogia. Vi è senz'altro una differenza fondamentale: il suicidio è dello *school shooter* un atto irreversibile e spettacolare nella sua unicità, mentre il selfie è spettacolare nella sua ripetitività. Ma entrambi sembrano rispondere al bisogno del soggetto di perpetuare l'immagine di sé, un bisogno narcisistico di consolidamento che ovviamente tradisce una debolezza identitaria di fondo.

Lo *school shooter* è un abile regista della propria messa in scena. Di più: come ha osservato Michael Serazio, lo *school shooter* tende a ispirarsi al lavoro dei registi cinematografici più famosi, fantasticando sul proprio ritratto postumo (Serazio, 2009). Il massmediologo americano ha analizzato in particolare tre casi: quelli di

² Riccardo Bruno, *Attentato di Monaco, Pietropolli Charmet: «Ha scelto i bersagli in modo casuale per colpire tutti»*, "Corriere della Sera", 24 luglio 2016, p. 5

Pekka-Eric Auvien, autore della strage nella scuola di Jokela, in Finlandia (7 novembre 2007), di Eric Harris e Dylan Klebold, i due killer della Columbine High School di Littleton, Colorado (20 aprile 1999) e di Seung-Hui Cho, responsabile del massacro al Virginia Polytechnic Institute and State University di Blacksburg, Virginia (16 aprile 2007). In tutti i casi presi in considerazione una significativa produzione mediale ha preceduto e accompagnato le imprese tragiche. Addirittura, nel caso del Virginia Tech c'è una sostanziale contemporaneità fra la strage e la sua mediatizzazione. Nell'intervallo fra la prima e la seconda sparatoria di cui si rese responsabile, prima di togliersi la vita, Seung-Hui Cho ebbe il tempo di utilizzare l'ufficio postale del campus per spedire al network televisivo NBS un pacco contenente un manifesto scritto, numerose immagini e 27 brevi filmati. Per una più approfondita analisi del profilo clinico di Seung-Hui Cho rimando alla relazione presentata dal Virginia Tech Review Panel quattro mesi dopo il massacro (Virginia Tech Review Panel, 2007).

Sappiamo che anche nel corso di episodi più recenti, compreso quello di Monaco del luglio scorso, le cose sono andate nello stesso modo: il cortocircuito fra suicidio-omicidio di massa e sua spettacolarizzazione sembra una costante. Sarebbe incauto dedurre un rapporto di causa-effetto, come fanno coloro che attribuiscono ai social network la capacità di attivare non solo l'esibizionismo, ma anche il crimine. Del resto la più grave fra tutte le stragi di cui ci stiamo occupando è quella della scuola di Bath Township, nel Michigan, che risale al 1927 e in cui morirono 45 persone, in maggioranza bambini. Anche in quel caso l'autore, Andrew P. Kehoe, si tolse la vita al termine della carneficina. Ma certamente sarebbe arduo classificare il profilo di Kehoe come "YouTube killer", alla stregua degli adolescenti dei giorni nostri.

Il selfie è una risposta alla questione del tempo e dunque della morte, nel senso che è il tentativo di sopravvivere al tempo, come in fondo lo è ogni autoritratto e in particolare ogni autoritratto fotografico. Ma la strategia del selfie si differenzia da quella dell'autoritratto fotografico tradizionale perché si fonda sulla serialità e sull'immissione istantanea e ripetuta dell'immagine-simulacro nel circuito mediale del social network (Instagram, Twitter, Snapchat o altri).

L'autoritratto fotografico vuole restare, il selfie vuole dissiparsi. E in Snapchat questa dissipazione si consuma concretamente, perché proprio la dissipazione costituisce una delle regole costitutive del dispositivo: l'immagine evapora, generando la necessità di una nuova immagine, e così via all'infinito. Ma siccome il nostro tempo è finito, come quello di coloro che guardano l'immagine del nostro volto, ecco che la fida con il tempo è persa in partenza. La pratica del selfie è allora la sublimazione di un atto di autocancellazione, è il tentativo fallimentare di perpetuarsi - in realtà negandosi - attraverso una infinita serie di scatti che chiedono di volta in volta altre immagini, in una sorta di coazione a ripetere. Tentativo fallimentare anche perché queste immagini si emancipano da ogni funzione referenziale e si fanno simulacro (Baudrillard, 2007). Il selfie non è più l'immagine del suo autore, come è invece l'autoritratto. Esso è, per così dire, "un prodotto luminoso dotato di bellezza post-umana" (Berardi, 2015, p. 15).

8. Conclusioni

Produrre un'immagine di noi stessi significa conoscersi. In questo senso l'autoritratto può avere una potente funzione terapeutica, nella sua duplice valenza

di esperienza autoriflessiva e comunicativa. A patto che si rispettino due condizioni. Da un lato dobbiamo rinunciare all'idea dell'autoritratto come rispecchiamento e dunque abbandonare un modello di referenzialità ingenua, che è buona solo in quanto autentica (contrapposta a una referenzialità cattiva in quanto infedele). Dall'altro lato non possiamo eludere il problema della referenzialità. Dobbiamo imparare ad articolare un discorso su noi stessi e ad elaborare una nostra immagine (il nostro autoritratto), se non vogliamo sprofondare nel buco nero del selfie come simulacro, ossia come messa in scena coatta: una rappresentazione vera in sé, ma priva di alcuna relazione con la realtà.

Dietro a ogni ritratto c'è un volto, ma l'uno non è mai l'immagine speculare dell'altro. E intorno a ogni ritratto ci sono un discorso, un atto di comunicazione, un'intenzione. Abbiamo dunque un duplice livello di infedeltà: l'immagine è infedele alla realtà, il discorso è infedele all'immagine. Si tratta di un'infedeltà necessaria, con la quale da sempre si confrontano fotografi, pittori, scultori e poeti. In tal senso vale la pena di rileggere, a conclusione di questo *excursus*, i versi con i quali William Shakespeare, nel *Mercante di Venezia*, mette in bocca al giovane Bassanio lo stupore e lo smarrimento di fronte al ritratto dell'amata Portia:

Che trovo qui?
Il ritratto della bella Portia! Quale
Semidio s'è avvicinato tanto alla creazione?
Si muovono questi occhi? Oppure, cavalcando
Sulle pupille dei miei, sembrano in movimento?
Qui labbra dischiuse sono aperte
Da fiato di zucchero - solo una sbarra
Così dolce può separare così dolce
Coppia. Nei suoi capelli il pittore
Fa il ragno, e ha intessuto una rete d'oro
Per irretire i cuori degli uomini più presto
Dei moscerini nella ragnatela. Ma i suoi occhi!
Come ha potuto fissarli per crearli?
Fattone uno esso aveva, credo,
Il potere di rubare entrambi i suoi
E rimanere solo. Eppure guarda,
La sostanza della mia lode fa torto a quest'ombra
Nel deprezzarla, quanto quest'ombra arranca
Dietro la sostanza.³

Sta tutta in questo “arrancare dietro alla sostanza” la possibilità di delineare un'immagine di noi stessi che sia non già verosimile, ma autentica.

³ William Shakespeare, *Il Mercante di Venezia*, atto III, scena III (traduzione di Agostino Lombardo: Feltrinelli, Milano, 1992). Ecco il testo originale: “Fair Portia's counterfeit! What demi-god / Hath come so near creation? Move these eyes? / Or whether, riding on the balls of mine, / Seem they in motion? Here are sever'd lips, / Parted with sugar breath: so sweet a bar / Should sunder such sweet friends. Here in her hairs / The painter plays the spider and hath woven / A golden mesh to entrap the hearts of men, / Faster than gnats in cobwebs; but her eyes, / How could he see to do them? having made one, / Methinks it should have power to steal both his / And leave itself unfurnish'd. Yet look, how far / The substance of my praise doth wrong this shadow / In underprizing it, so far this shadow / Doth limp behind the substance. Here's the scroll, / The continent and summary of my fortune”.

Opere citate

- Barthes, R. (2003). *La camera chiara. Nota sulla fotografia*. Torino: Einaudi.
- Baudrillard, J. (2007). *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli.
- Becker, M. W., Alzahabi, R., & Hopwood, C. J. (2013). Media Multitasking Is Associated with Symptoms of Depression and Social Anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16 (2), 132-135.
- Bellone, E. (2011). *Qualcosa, là fuori. Come il cervello crea la realtà*. Torino: Codice.
- Belpoliti, M. (2008). *La foto di Moro*. Roma: Nottetempo.
- Benjamin, W. (2002). *I "passages" di Parigi*. Torino: Einaudi.
- Benjamin, W. (2012). Piccola storia della fotografia. In W. Benjamin, *Aura e choc. Saggi sulla teoria del media* (p. 225-244). Torino: Einaudi.
- Berardi, F. B. (2015). *Heroes. Suicidio e omicidi di massa*. Milano: Baldini & Castoldi.
- Breton, A. (1924). *Max Ernst*. Parigi: Nouvelle Revue Française.
- Codeluppi, V. (2007). *La vetrinizzazione sociale. Il processo di spettacolarizzazione degli individui e della società*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Codeluppi, V. (2015). *Mi metto in vetrina. Selfie, Facebook, Apple, Hello Kitty, Renzi e altre "vetrinizzazioni"*. Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Dombek, K. (2016). *The Selfishness of Others. An Essay on the Fear of Narcissism*. New York: Farrar, Straus & Giroux.
- Eco, U. (1985). Sugli specchi. In U. Eco, *Sugli specchi e altri saggi* (p. 11-50). Milano: Bompiani.
- Eugeni, R. (2015). *La condizione postmediale. Media, linguaggi e narrazioni*. Brescia: La Scuola.
- Foucault, M. (1976). *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*. Torino: Einaudi.
- Kohut, H. (1976). *Narcisismo e analisi del Sé*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Lacan, J. (1974). Lo stadio dello specchio come formatore della funzione dell'io. In J. Lacan, *Scritti. Volume I* (p. 87-94). Torino: Einaudi.
- Lèvinas, E. (1979). *La traccia dell'altro*. Napoli: Pironti.
- Lombardi, M. (2016). *Il terrorismo nel nuovo millennio*. Milano: Vita e Pensiero.
- McKenzie Wark, K. (2015, settembre 24). *Blog-Post for Cyborgs*. Tratto il giorno settembre 10, 2016 da Public Seminar:
<http://www.publicseminar.org/2015/09/blog-post-for-cyborgs/>
- McLuhann, M. (1967). *Capire i media*. Milano: Il saggiatore.
- Metz, C. (1977). *Le signifiant imaginaire*. Parigi: UGE.
- Mirzoeff, N. (2009). *An Introduction to Visual Culture*. Londra: Routledge.
- Mulas, U. (s.d.). *Autoritratto con Nini*. Tratto il giorno settembre 20, 2016 da Ugo Mulas:
<http://www.ugomulas.org/index.cgi?action=view&idramo=1090312795&lang=it>

- Scianna, F. (2014). *Lo specchio vuoto. Fotografia, identità e memoria*. Roma-Bari: Laterza.
- Serazio, M. (2009). *Shooting for Fame: The (Anti-) Social Media of a YouTube Killer*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Sontag, S. (1978). *Sulla fotografia. Realtà e immagine nella nostra società*. Torino: Einaudi.
- Sturken, M., & Cartwright, L. (2009). *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Turkle, S. (2015). *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*. New York: Penguin Press.
- Virginia Tech Review Panel. (2007). *Mass Shootings at Virginia Tech April 16, 2007*.
- Wenders, W. (Regia). (1973). *Alice in den Städten* [Film].
- Wenders, W. (Regia). (1989). *Aufzeichnungen Zu Kleidern und Stadten* [Film].
- Wendt, B. (2014). *The Allure of the Selfie. Instagram and the New Self-Portrait*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.