Potere

Vanni Codeluppi
28 Dicembre 2018

Lo sviluppo di un potente processo di mediatizzazione all'interno delle società contemporanee sembra trasformare radicalmente la natura del potere. Già lo storico canadese Harold Adams Innis aveva messo in luce negli anni Cinquanta, nel fondamentale volume recentemente rieditato *Impero e comunicazioni* (Meltemi), come la stabilità temporale delle diverse forme di civiltà dipendesse dalla capacità di queste di utilizzare gli strumenti di comunicazione allo scopo di mantenere il proprio potere di controllo sulle tecnologie del tempo, che garantiscono la continuità, e su quelle dello spazio, che consentono di ottenere un'occupazione del territorio. La crescente importanza assunta oggi socialmente dal mondo mediatico rende però ancora più intense le conseguenze determinate dall'azione dei processi comunicativi sul funzionamento del potere politico. Cerca di ragionare su questi fenomeni il recente volume di Guerino Nuccio Bovalino *Imagocrazia. Miti, immaginari e politiche del tempo presente* (Meltemi), che prova a tracciare un approfondito scenario in relazione a come si è modificato l'immaginario di cui il potere politico si serve. L'analisi di Bovalino è tesa a dimostrare che oggi non si può comprendere la politica senza adottare uno sguardo di natura mediologica. Uno sguardo cioè orientato a mettere in luce la relazione esistente tra il mondo politico e le dinamiche dell'industria culturale e mediatica e a mostrare come la politica oggi si sia indebolita rispetto al passato, ma riesca ancora a essere efficace se riesce a sfruttare le immagini e i simboli che esercitano maggiore presa all'interno della cultura sociale.

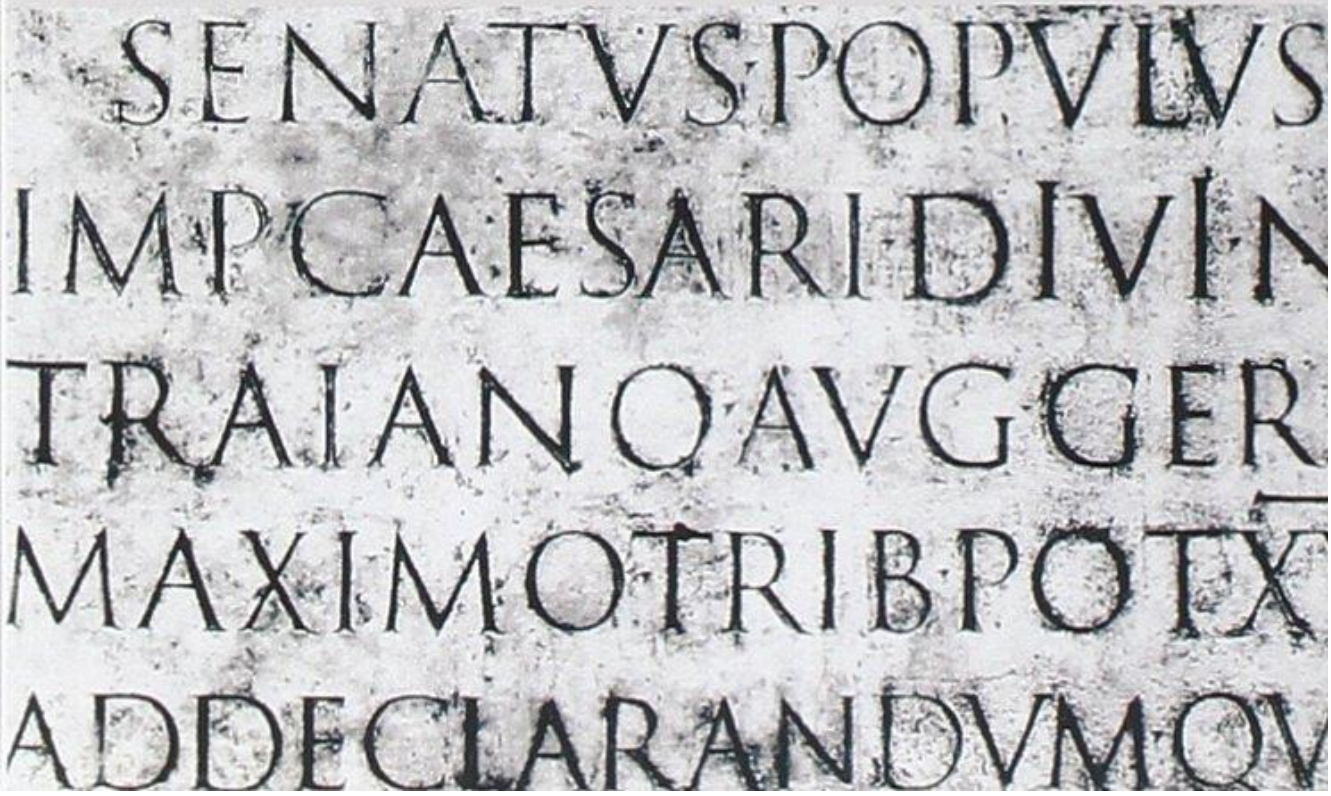
Bovalino sostiene che, per comprendere come funziona la politica contemporanea è utile impiegare quegli strumenti interpretativi che sono stati messi a punto nell'ambito del lavoro di ricerca sull'immaginario culturale sviluppato da Gilbert Durand e dai suoi seguaci. Un lavoro di ricerca che ha individuato degli archetipi di natura mitica presenti da sempre nella cultura sociale.

MELTEMI

NAUTILUS

Harold A. Innis

Impero e comunicazioni



Secondo Bovalino però, grazie al lavoro di fabbricazione che viene svolto da parte dei media contemporanei, tali archetipi sono incessantemente trasfigurati e riconfigurati in particolari immagini e mitemi. In particolare, l'autore individua la centralità per la politica odierna di tre miti in costante conflitto tra loro: quello di Prometeo, mito dominante caratterizzato dalla volontà di potenza e dalla fiducia nel progresso e in figure di tipo eroico; quello di Dioniso, che invece rifiuta la cultura della modernità in favore della ricerca di una fusione con l'altro e di un primato della sensorialità e delle emozioni; e quello di Orfeo, mito conservatore che si contrappone decisamente a quello di Prometeo e tende a volgere lo sguardo all'indietro, verso l'identità, il popolo e il territorio.

Gianni Canova ha invece affrontato la questione del ruolo esercitato dal potere all'interno di una componente rilevante dell'immaginario odierno quale quella del cinema. Nel volume *Divi, duci, guitti, papi, caimani. L'immaginario del Potere nel cinema italiano, da Rossellini a The Young Pope* (Bietti) ha messo in luce come il cinema italiano non sia mai stato in grado di affrontare direttamente il potere e abbia avuto solitamente bisogno di rappresentarlo facendo ricorso a delle vere e proprie maschere: il divo, il duce, il caimano, ecc. Mentre infatti il cinema americano quando mette in scena degli uomini di potere li raffigura esattamente come sono, in Italia sembra che si abbia paura a confrontarsi con questi temi e prevale dunque un immaginario del potere che è lontano dalla realtà e che rimane fortemente associato all'idea di congiura e di complotto. Un immaginario che, anche per Canova, non si limita a restare all'interno dello spazio cinematografico, ma è in grado di produrre delle dirette conseguenze per quanto riguarda la percezione del potere che si ha nell'ambito della politica e della società.

È il caso però di chiedersi quale ruolo oggi stia svolgendo, a fianco di quello del cinema, la cosiddetta "rivoluzione digitale" per quanto riguarda le dinamiche di riconfigurazione del potere di cui si è parlato. Se lo è chiesto attraverso un'approfondita analisi il giornalista statunitense Franklin Foer nel volume *I nuovi poteri forti. Come Google, Apple, Facebook e Amazon pensano per noi* (Longanesi). La sua conclusione è che le nuove aziende operanti nell'ambito delle tecnologie digitali non si limitano ad offrire agli individui dei servizi specializzati di vario tipo, ma tendono ad occupare tutta la nostra esistenza e addirittura tutto il nostro spazio mentale. Hanno infatti una cieca fiducia nelle possibilità della

tecnologia, che cercano di utilizzare per modellare a loro piacimento l’umanità. Perciò, promettono di rendere migliore il mondo in cui viviamo, ma, come scrive lo stesso Foer, «si contendono il ruolo di nostro “assistente personale”: vogliono svegliarci al mattino, guidarci durante la giornata con il loro software di intelligenza artificiale e restare sempre al nostro fianco» (p. 11).

9788883537615.1000.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO