DOPPIOZERO

McLuhan sarebbe il mago dell'iPad

Gianfranco Marrone
12 Maggio 2011

Strano destino, quello di Marshall McLuhan. Tra gli autori più citati del Novecento, aspetta ancora qualcuno che ne spieghi il portato intellettuale. A trent'anni esatti dalla sua scomparsa, deve arrivare chi sappia valutarne non solo l'incidenza teorica ma anche il carico morale e politico, ideologico e religioso di tutto il suo lavoro.

Tuttavia questo qualcuno, a conti fatti, non arriverà mai. Ed è bene che sia così. Se un giorno si materializzasse, costui finirebbe per riportare l'eccentricità del personaggio McLuhan entro gabbie interpretative che ne svilirebbero il senso e il valore. La natura di Marshall McLuhan è infatti, prima di ogni altra cosa, quella di essere non una persona ma, appunto, un personaggio, un tipo psicologico, una divertita caricatura di se stesso. Si potrebbe dire, per esempio, che questo acuto autore di libri celeberrimi come *Understanding Media* o *La Galassia Gutenberg*, questo geniale produttore di fortunati slogan teorici (la differenza fra media caldi e freddi, l'opposizione fra occhio e orecchio, l'uomo tipografico, il villaggio globale e simili) abbia lavorato tutta la vita per costruirsi una cifra personale, una specie di riconoscibilissimo marchio di fabbrica. Uno stile di scrittura e di pensiero, un modo di esprimersi e di ragionare che lo presentasse al mondo per quel che, in fondo, ha voluto essere ed è stato: un esploratore, un aruspice, un provocatore.

Così, mentre affannate schiere di studiosi discutono gli eventuali significati reconditi della sua proposta teorica più nota – il medium è il messaggio –, egli scrive un libro intitolato *Il medium è il massaggio*, dove il cambio di vocale va innanzitutto letto come sberleffo verso la comunità dei colleghi saccenti. Per McLuhan, i media non sono strumenti di comunicazione che trasmettono contenuti, o che veicolano informazione, come ritengono i più. Essi sono tecnologie che modificano il corpo, e con esso quegli apparati sensoriali che ci portano ad agire e a sentire, a patire, a godere. Un massaggio continuo, ininterrotto, penetrante: non necessariamente piacevole. I media sono estensioni del nostro modo di essere, protesi che ci consentono di specializzare i nostri organi. Il piede, la mano, l'occhio sono media naturali. L'automobile, la luce elettrica, la stampa sono media artificiali. E tutti lavorano nella stessa direzione: quella di metterci in una qualche relazione privilegiata con l'ambiente, magnificando nostre sensibilità e inibendone altre.

Analogamente, sempre sul filo della provocazione, mentre nei suoi scritti esprime un determinismo tecnologico che sfocia in un materialismo radicale, decide di accostarsi alla confessione cattolica, facendosi paladino della Chiesa. La quale dal canto suo, accogliendolo (non senza fatica) nel grembo, ancora una volta manifesta il suo interesse strategico nei confronti della comunicazione e dei suoi esiti spirituali e sociali.

In tal modo McLuhan ha potuto sviluppare la sua visione del mondo al tempo stesso profetica e storiografica: quella secondo cui l'attuale dominio dei media elettronici (cinema e televisione prima di ogni altro) ha portando la società a un radicale neoetnicismo: dimensione diametralmente opposta a quel razionalismo che i

media meccanici della modernità, figli della tipografia, avevano costituito. Il celebre villaggio globale è questo: un ritorno ai clan su scala planetaria, un abbandono di quei media "caldi" (il libro, l'orologio, la macchina) che lasciavano all'individuo un proprio territorio di manovra e una conseguente responsabilità personale. Cosa che lo straordinario sviluppo del computer e la pletora dei nuovi media che ne derivano, internet in testa, hanno realizzato ancor meglio. Reality show, marketing tribale, social network, peer to peer, crossmedialità, Google Earth… tutte claudicanti epifanie di una profezia avveratasi in parziale ritardo.

Così, oggi McLuhan continua a spiazzare chiunque gli si accosti, sfuggendo a ogni operazione di incasellamento, e dividendo il suo pubblico in ammiratori e denigratori. È una specie di guida verso cui torniamo ogni qualvolta abbiamo bisogno di chiarimenti per il nostro presente, salvo poi perderla lungo la strada e trovarci altrove. Da una parte questo grande pensatore canadese è l'iniziatore geniale degli studi sui media, colui che ha tracciato le direttive di quelle che oggi si chiamano scienze della comunicazione. Dall'altra, per una sorta di nietzschiana inattualità, sembra dover ancora arrivare il suo tempo.

Resta da considerare, fra l'altro, il suo ostinato amore per le arti, la letteratura, la poesia, sia nella loro tradizione canonica (Shakespeare è il nome più citato nelle sue pagine) sia nella rottura delle avanguardie storiche. La sua passione per gli aspetti tecnologici dei media deriva senza'altro dai gesti dissacranti di Marinetti e Duchamp. E per definire la pubblicità usa l'immagine dadaista della sposa meccanica.

Da qui, probabilmente, anche la sua continua esigenza di trascendere il dicibile, forzando il medium della scrittura ad andar oltre l'intrinseca linearità che lo caratterizza. Da una parte scrive libri su libri, dall'altro ne violenta le costrizioni materiali, riempiendoli di immagini, montandoli come mosaici di citazioni e di segni, facendone macchine aperte e plurali che cancellano ogni consequenzialità di espressione e di ragionamento. I suoi testi sono media tiepidi.

Oggi che si parla tanto di e-book, il sorriso sornione di Marshall McLuhan torna a fare capolino. E non sarà l'ultima volta, c'è da scommetterci. Nel frattempo possiamo immaginarlo nella sua geniale opera di scassinatore di casseforti, come amava autodefinirsi, esplorando la miriade di gadget elettronici che non ha conosciuto e che avrebbe certamente adorato: il computer portatile, il telefonino, la macchina fotografica digitale, i Cd rom, i Dvd, il Gps, gli Mp3, l'iPod, i tablet, l'iPad… Il secolo dei media, forse, è di là da venire.

[Marshall McLuhan ha pubblicato innumerevoli libri, molti dei quali sono assemblaggi di saggi, interviste e scritti sparsi, presentati e spariti dal mercato editoriale italiano con la medesima celerità. Punti di riferimento obbligati per immergersi nella sua opera sono due volumi dei primi anni Sessanta: *La Galassia Gutenberg* (Armando) e *Gli strumenti del comunicare* (pessimo titolo italiano per *Understanding Media*, Il Saggiatore). Importanti anche i testi *La sposa meccanica*, *Dal cliché all'archetipo* e *Il paesaggio interiore* (tutti da SugarCo), e le raccolte *Letteratura e metafore della realtà*, *Le radici del cambiamento*, *La cultura come business*, *La luce e il mezzo*, *Percezioni*, tutti da Armando, curati e introdotti da Gianpiero Galameri, autore anche di uno dei pochi testi sistematici sullo studioso canadese (*Understanding McLuhan*, Kappa edizioni).

Fra i suoi numerosi allievi vanno segnalati quanto meno Walter Ong, teorico delle relazioni fra oralità e scrittura, e Kerrick De Kerchove, da qualche tempo molto attivo anche sulla scena italiana. Pochi invece gli studiosi che nel nostro Paese hanno discusso approfonditamente le sue tesi, fra i quali Umberto Eco (*Dalla periferia dell'impero*) e Renato Barili (*Tra presenza e assenza*). Un sociologo che oggi deve molto a McLuhan è Alberto Abruzzese, che ha appena diretto un grosso convegno internazionale a Milano sul suo pensiero].

Questo articolo è già apparso su ttl de La Stampa il 23 dicembre 2010.

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

Questo libro, inventario di effetti, come scritto nel sottotitolo, è del 1967. Viene dopo i due libri più celebri di Marshall McLuhan, *La Galassia Gutenberg* del 1962 e *Understanding Media* del 1964, tradotto da noi col titolo *Gli Strumenti del Comunicare*, e mette a frutto quella scrittura a mosaico, a frammenti, intuitiva e brillante, che nei libri precedenti era stata tenuta a bada, salvo che ne *La Sposa Meccanica* (1951), primo vero libro dadaista dello studioso canadese. Lì il futuro oracolo dei media giocava sul doppio piano dell'immagine e della parola, come qui, creando un volume che è insieme un manifesto pubblicitario e un libro di letture colte. In *Il medium è il massaggio*, l'originalità della forma prende per fortuna il sopravvento e McLuhan arriva persino a fare il verso a se stesso in un modo spiritoso e supremamente intelligente. Lo scopo del libro, composto con Quentin Fiore, suo complice in altre avventure, è quello di rendere consapevoli i suoi lettori, e più in generale coloro che leggono, e guardano, cioè tutti in generale, del cambio di paradigma apportato dai media elettrici. Il gioco tra *message/massage* sviluppa una intuizione che è già presente nelle opere precedenti del professore canadese: le nuove tecnologie ci massaggiano, dunque ci stendono, ci ripassano, ci anestetizzano. McLuhan è un grande pedagogo, oltre che un acuto analista del contemporaneo, e insieme un provocatore nato: vuole mostrare *in corpore vili*, con parole e immagini, la nuova grammatica dei media stessi. Lo dice fin dalle prime pagine: "I giovani capiscono istintivamente l'ambiente presente, il dramma elettrico. Vivono miticamente e in profondità". *Il medium è il massaggio* è un manuale ancora valido per affrontare l'assalto dei nuovi-nuovi-media con cui abbiamo tutti i giorni a che fare in una società dove tutti noi siamo ridiventati di colpo giovani, e dunque viviamo miticamente tutto, o quasi.

Marco Belpoliti

9 788875 702861

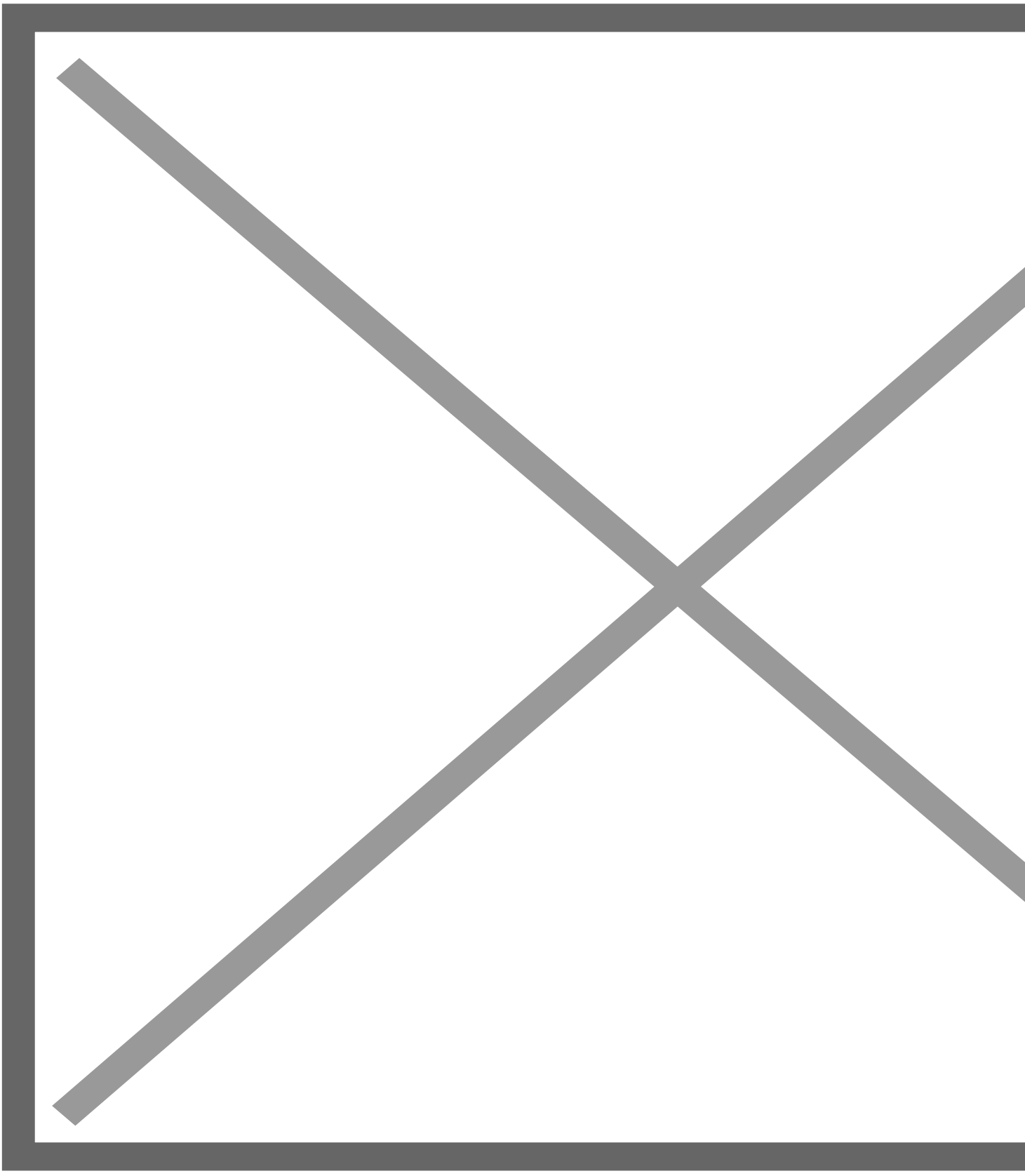
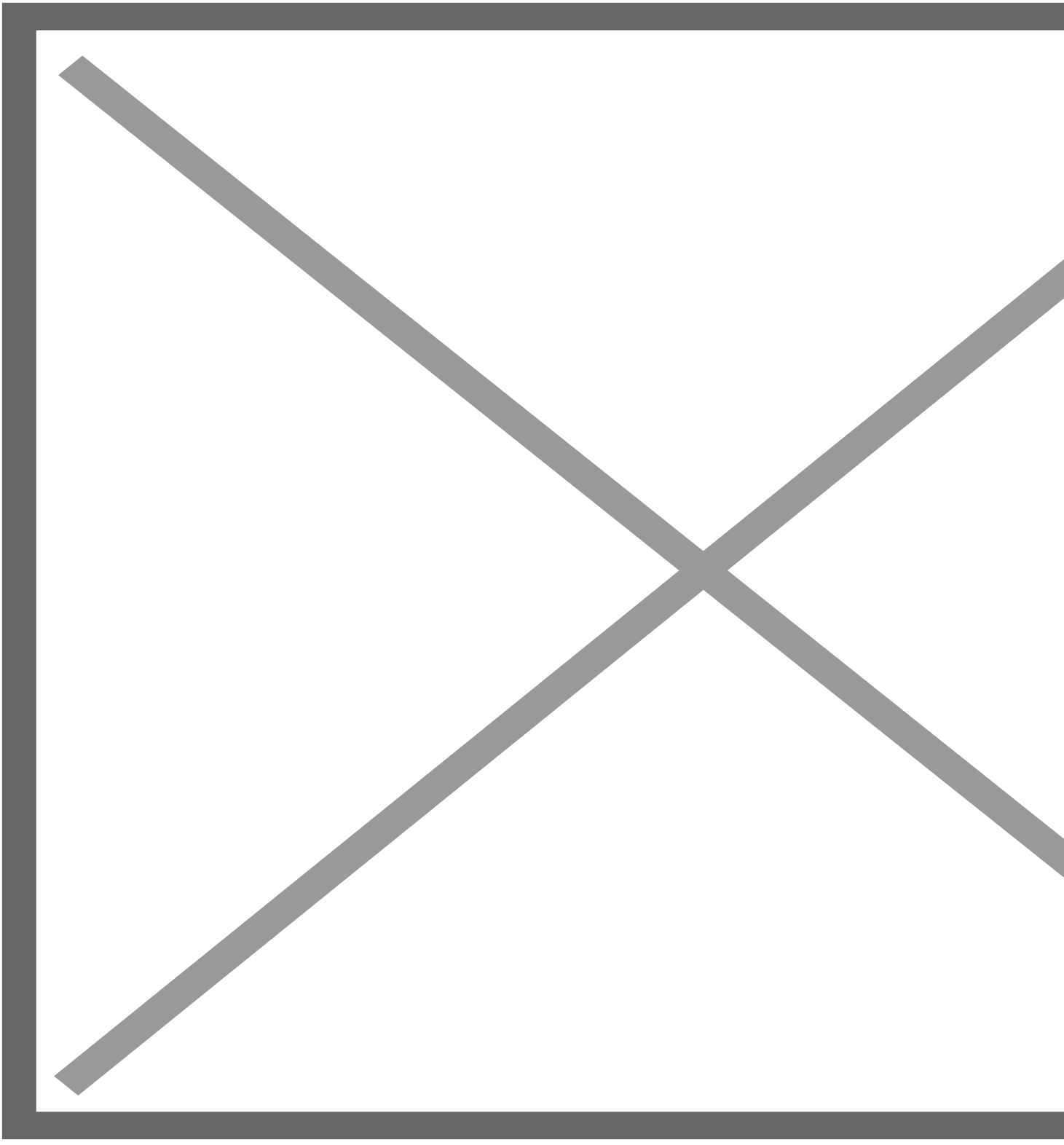
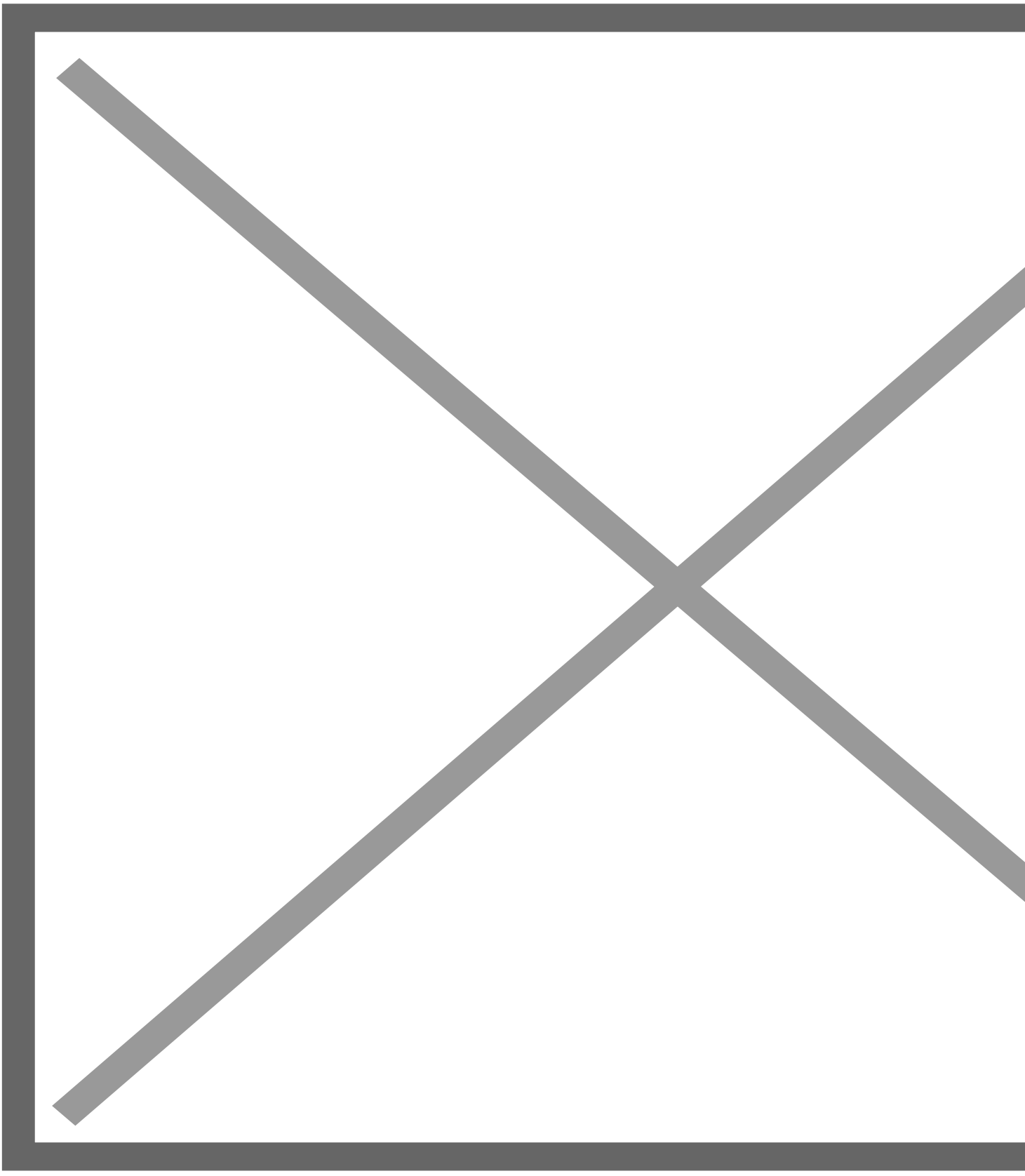
12,00 euro

Il medium è il massaggio Marshall McLuhan Quentin Fiore

Il medi
è il ma

Marshall McL

Quentin Fiore

prodotto da Jerome A

Corraini Edizioni