

Interviste/1

Ricordare Baudrillard

Intervista a Vanni Codeluppi

Enrico Schirò

In this interview Vanni Codeluppi, a major sociologist in the field of consumption and media theory, as well as one who from the outset introduced Baudrillard in Italy, during the '80s, recounts his personal theoretical engagement with Baudrillard's radical sociology, also summing up the Italian reception of it. He highlights the significance of Baudrillard's concepts, and the singularity of his method, also advocating for the general relevance of this theoretical framework within the current context of sociology of media.

Partiamo dalla ricezione italiana di Baudrillard, cui tu hai peraltro molto contribuito già negli anni '80. Mi sembra che si possa parlare di una lettura, quella italiana, non sistematica. È stato tradotto tutto, ma non sono stati pubblicati degli studi approfonditi. Ha avuto molto successo ed è molto noto, ma poco studiato. Che ne pensi?

Nei primi anni la ricezione di Baudrillard è stata buona, anche se non è mai stata *mainstream*. Una ricezione portata avanti da persone molto sensibili alle sue idee, ma che erano un po' ai margini – penso a Pietro Bellasi e Pina Lalli – che non erano centrali nel dibattito culturale e nel mondo accademico. In termini di visibilità mediatica sì, in quei primi anni la ricezione è stata buona: interviste, traduzioni. Gli dedicavano molto spazio. Anche perché oggettivamente i suoi temi erano visibili e creavano dibattito. Diciamo allora che negli anni '70, quando è esploso il mondo Baudrillard, ha avuto una certa visibilità in Italia. Paolo Fabbri, Omar Calabrese, alcuni semiotici, ma anche Enrico Baj che è un artista, Antonio Porta un poeta. Personaggi vari. Questa è un po' una conseguenza del suo mondo e del suo pensiero. Un pensiero che anche in Francia non è mai stato pienamente accettato. Sia in Francia che in Italia, proprio per la radicalità delle sue idee, secondo me non è mai stato pienamente accettato dagli opinion-leaders. Però è stato accettato da una serie di persone intelligenti che hanno capito la portata innovativa delle sue idee e ha avuto un notevole successo mediatico. Sia nei '70, che dopo. Negli anni '80 e '90 – penso ad esempio agli articoli scritti per *Libération* sulla guerra del Golfo. Ad ogni modo, per questa

lettura poco sistematica credo ci siano anche delle spiegazioni: un po' la radicalità del suo pensiero, un po' il suo linguaggio, che crea qualche difficoltà. Bisogna entrare nel suo mondo; dopo un po' ci si orienta, ma c'è senz'altro una barriera da superare.

Da studente il tuo primo incontro con il pensiero di Jean Baudrillard è avvenuto passando per la lezione di Giuliano Piazzi...

Sì, Piazzi è stato il mio maestro a Modena. Lui era di Bologna, insegnava lì ed era molto vicino ad Achille Ardigò, pur essendo di un orientamento abbastanza diverso. Insegnava però anche a Modena e tra l'altro aveva come collaboratore Antonio Roversi, sociologo weberiano che ha studiato gli Ultras, i fenomeni sociali di odio e violenza nella rete, ecc. E quindi Piazzi è stato il docente di Sociologia a Modena nel mio secondo anno, e il corso era su Luhmann e Baudrillard. Fu una folgorazione. La sociologia di Piazzi era molto vicina a quella baudrillardiana, molto speculativa e teorica. C'era dietro un uso eterodosso delle teorie dei sistemi. Anche lui era un *outsider*, e perciò un sociologo molto affascinante. *Miti fatali* è dedicato a lui, infatti.

Dopo questa folgorazione come ti sei avvicinato a lui, in che modo la sociologia baudrillardiana dei consumi ha influenzato la tua formazione, i tuoi interessi, la tua sociologia?

Baudrillard ha fatto questa trilogia sui consumi, che per me è stata all'epoca fondamentale. In quei tre libri diversi ma complementari c'era un modo nuovo e originale di studiare i consumi. Sin dall'Università ho cominciato ad essere affascinato dal mondo dei consumi, ad occuparmene, e ho quindi conosciuto Fabris, Alberoni, Ragone che sono stati dei pionieri negli studi sui consumi in Italia. Perché occuparsi di consumi in Italia – quando dominava un pensiero marxista – è sempre stato visto come una forma di difesa del capitale, o comunque come una cosa secondaria e marginale. Mentre a me sembrava centrale nella vita quotidiana. Un sociologo deve occuparsi di queste cose. Come ti dicevo Baudrillard fu una folgorazione: mi sembrava uno strumento molto utile per capire il ruolo dei consumi nella società. Poi col tempo l'ho un po' messo da parte, lo confesso. Nel senso che ho capito che ci potevano essere altri contributi, altre idee. Lui stesso ha preso altre strade. Ad ogni modo all'epoca c'erano questi tre libri importanti sui consumi, che erano fortemente influenzati dalla semiotica strutturalista, anche se cominciava a metterla in discussione, soprattutto nel terzo libro, *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Ma il suo primo libro, *Le système des objets*, del '68, è un testo abbastanza curioso, perché se da una parte è molto influenzato dal contesto strutturalista appunto, dall'altro metteva in gioco tutta una serie di cose che facevano capire che si trattava di un sistema che in qualche modo si stava già de-sistematizzando. E infatti la tesi per l'*habilitation* – che ricordiamoci fu respinta – pubblicata come

L'Autre par lui-même, è un testo incentrato sull'oscenità della comunicazione. A posteriori va comunque detto che *L'échange symbolique et la mort* è stato il suo libro migliore, il più denso, il più ricco di temi e suggestioni a cominciare dal capitolo sull'economia politica e la morte.

Dici di averlo un po' messo da parte ma in realtà la tua passione per Baudrillard non è venuta meno. Tu hai curato due raccolte di testi baudrillardiani: una, Il sogno della merce uscita per Lupetti nel 1987, l'altra, Miti fatali, è molto più recente, del 2014. C'è quindi una certa continuità, se non altro sottotraccia. La prima raccolta era molto incentrata sulla questione della pubblicità, mentre la seconda sembra una versione baudrillardiana delle Mythologies di Barthes. Come sono nate?

Il sogno della merce è il mio primo libro. Quando l'ho realizzato ero giovane e poco noto. Sapevo che Lupetti voleva fare una raccolta di scritti di Baudrillard, così gli ho telefonato. In quel periodo il linguaggio baudrillardiano lo conoscevo molto bene. Allora è venuta una cosa molto organica, che ho curato interamente, traducendo anche le cose inedite. La mia idea era quella di raccogliere dei testi di Baudrillard sulla comunicazione, dove dentro c'è la pubblicità, ma non solo. Lo stile della mia prefazione era appunto un po' baudrillardiano. Perché insomma, all'epoca ero molto infatuato di Baudrillard. Tra l'altro, quando è uscito, simultaneamente era stato tradotto e pubblicato *Amérique*. Fu organizzato un evento allo Spazio Krizia, teatro polifunzionale che faceva sfilate e molte altre iniziative culturali. Baudrillard era stato invitato a presentare *Amérique* e allora io andai lì per conoscerlo e gli chiesi di rilasciarmi un'intervista. Così ci siamo visti il giorno dopo nel suo albergo. *Miti fatali* invece è molto più recente. Dietro c'è un'idea che avevo già da un po' di anni e che sono riuscito a realizzare quando ho fatto questa collana Comunicazione e società, per Franco Angeli. Il punto è che Baudrillard era considerato un teorico. E certamente lo era: aveva una forte tendenza alla speculazione, all'astrazione e alla filosofia. Però, l'idea da cui son partito è che Baudrillard avesse anche cercato di metterlo alla prova questo pensiero, di sperimentarlo su degli oggetti concreti, perché c'era questa idea della sfida, che era fondamentale per lui. Alcuni di questi oggetti sono ricorrenti. Si pensi a Andy Warhol o alle Twin Towers. Allora è come se lo sfidassero continuamente, no? Come un'ossessione. Questa cosa non è mai stata veramente messa in luce, per cui ho pensato che il suo pensiero andasse ricostruito anche da questo punto di vista.

Questa idea di un pensiero che sfida e si lascia sfidare dal proprio oggetto rimanda naturalmente alla teoria baudrillardiana del pensiero radicale, del rapporto simbolico tra pensiero e mondo, pensiero ed evento. Credi si possa dire che questa ossessione per l'oggetto nasconda una certa istanza di metodo, o almeno un singolare stile di pensiero?

La questione del pensiero radicale è molto interessante, però mi sembra che Baudrillard non l'abbia portata fino in fondo. L'idea è che ci sia un altro modo di applicare il pensiero, che non risponde ad una strategia critica classica. In questo senso quella baudrillardiana non è un'evoluzione delle *Mythologies* di Barthes. L'idea del pensiero radicale è quella di un pensiero che sfida il proprio oggetto. È un paradosso. Il punto è che la razionalità non accetta il paradosso, ma il paradosso fa parte della realtà e quindi Baudrillard cerca una forma – anche una forma di pensiero – che tenga il paradosso. Per me, nel modo di analizzare la realtà sociale, l'unico altro autore che possiamo avvicinare a Baudrillard è Benjamin. Qual è il punto? È una questione di metodo. Prima di tutto ti poni di fronte alla realtà sociale – i *Passages* di Parigi – e poi, non ti poni in maniera critica, con un pensiero razionale, dall'esterno, ma accetti quel mondo e cerchi di entrarci dentro, anche da amatore, da appassionato. Ecco, su questo punto, su questo stile di pensiero, l'autore più vicino è Benjamin. Baudrillard lo nomina, ma poche volte. E tuttavia l'approccio è lo stesso. Si sa poi che per Benjamin il metodo è quello di Warburg. Si mettono insieme le cose, le immagini, attraverso il gioco delle associazioni fai nascere nuovi significati, fai lavorare la realtà e questa, autonomamente, produce qualcosa. Questo metodo è un non-metodo, è chiaro. Ma secondo me è molto vicino a quello che Baudrillard aveva in mente. L'ossessione per gli oggetti, che ritorna nel tempo, deriva da un legame di fascinazione che si creava. È da lì che si può sviluppare l'analisi e la comprensione dei fenomeni. È un non-metodo che forse Baudrillard non ha mai voluto spiegare più di tanto.

È un po' la fascinazione benjaminiana per la fantasmagoria quindi...

Sì, esatto. Tra l'altro a legare Benjamin e Baudrillard c'è anche la questione della fotografia, la passione comune per la fotografia. Perché anche lì in gioco c'è una forma di magia, di al di là del razionale. Nei testi sulla fotografia, Baudrillard ripete spesso che è il mondo, è l'oggetto che ci pensa. Perché? Perché l'oggetto è talmente forte che è di fatto un soggetto autonomo che è in grado di pensare. Anche in questa fascinazione per il fotografico c'è una suggestione antropologica. Pensa alla questione delle società "primitive" che non volevano essere fotografate per paura che la loro anima, il loro spirito, venisse catturato. Noi ci siamo abituati alle immagini, al punto che abbiamo vissuto il passaggio di statuto dall'analogico al digitale senza molte turbolenze, ma la comparsa della fotografia all'inizio è stato uno choc. Dietro a tutto ciò c'è appunto una forma di magia, una magia dell'immagine, che è la stessa magia dei consumi. Baudrillard all'inizio de *La société de consommation* parla del mito del Cargo e spiega come il mondo dei consumi sia di fatto un mondo magico. Una magia che lui si è sforzato di spiegare, ma che noi non riusciremo mai a spiegare veramente. In quel secondo libro forse il capitolo più suggestivo è quello sul corpo, *Le plus bel objet de consommation: le corps*. Baudrillard ha capito che c'è una connessione molto forte tra il consumo – e quindi i media, la comunicazione – e la nostra dimensione fisica, sensoriale, emozionale, con tutto quello che non è

razionale. Da un lato c'è la *téchne* – il primo libro dedica ampio spazio alla questione della tecnica, del resto Baudrillard leggeva il tedesco ed era influenzato dalla filosofia tedesca, da Heidegger, ecc. – e poi però c'è questa dimensione fisica e sensoriale che è direttamente coinvolta nei processi sociali. Allora con la fotografia si torna alla questione del metodo e del pensiero radicale. Con la fotografia hai qualcosa che non riesci a spiegare del tutto, che non riesci a tradurre completamente in discorso. Se la realtà è fatta di immagini, lo è comunque, lo è soprattutto attraverso i media, la rappresentazione e lo spettacolo, e allora tu usi le immagini per spiegare altre immagini, per rispondere a delle immagini. Certo, c'è il rischio di cadere in un circolo vizioso. Però è questo il punto: non ci sono più le parole per spiegare. E secondo me nell'ultima fase di Baudrillard questa era la questione. Con la fotografia usi lo stesso linguaggio della realtà.

E allora oggi che ne è di Baudrillard? Pensi che il suo pensiero, così eterodosso e radicale, sia ancora attuale? Quali aspetti del pensiero baudrillardiano possiamo conservare nell'analisi della società contemporanea?

Credo che sia assolutamente ancora molto attuale. L'idea fondamentale è quella di una società simulacrale, cioè una società che si rappresenta attraverso vari linguaggi e forme di rappresentazione e poi queste forme di rappresentazione entrano in relazione con la realtà sociale, la vita quotidiana. L'idea non è sua – si pensi già a Platone – ma lui ha sviluppato largamente quest'idea di una realtà simulacrale che diventa autonoma ed entra in relazione con la nostra realtà. Su questo sicuramente la semiotica l'ha influenzato, in particolare quella barthesiana. È da lì che deriva l'idea dell'autonomia del segno rispetto al referente. Nei primi anni usa molto questa metafora del segno, poi l'abbandona, ma in realtà l'idea è quella lì. Ora, tutto questo oggi è più che mai evidente: la realtà mediatica – che la si chiami 'rete' o in altri modi – è una realtà sempre più importante nella nostra vita quotidiana, e quello che viene filtrato da questi strumenti, da questi mezzi è qualcosa con cui noi ci rapportiamo, che ci porta a prendere decisioni, che ci porta a modificare la nostra visione della realtà. Questa idea, che poi anche altri svilupperanno, lui l'ha posta in maniera molto chiara, radicale com'era lui. La simulazione, se pure diventa ingannevole, è qualcosa con cui dobbiamo fare i conti. Questo è il tema forte del suo lavoro. Ed è quello che ci sfida anche oggi. Perché se ci pensi noi siamo in difficoltà rispetto a tutto questo, rispetto ai fenomeni mediatici che accadono intorno a noi. È lo scacco del pensiero razionale, che lui accusa pesantemente. E Baudrillard capisce che in questa situazione in cui l'umano non ha più strumenti di orientamento, i media hanno gioco facile nel dis-orientare. Ha capito molto bene la situazione attuale. I suoi strumenti erano strumenti euristici, ci fanno capire le cose, ma non ci propongono soluzioni, non ci dicono come muoversi. Dal punto di vista euristico i concetti baudrillardiani sono ancora molto efficaci.

Questo per quanto riguarda la simulazione, la teoria degli ordini di simulacri e dell'iperrealtà. Dell'altro lato del discorso, del simbolico e della seduzione, cosa ne pensi?

Il fatto è che Baudrillard ha cercato di prendere le distanze dal marxismo, e però ne è stato pesantemente influenzato, soprattutto nei primi anni. E allora questa idea dello scambio simbolico è un'idea marxista, è un'idea di fuga dal capitalismo. Un'idea influenzata dagli studi antropologici francesi, Mauss e la teoria del dono. Ma si trattava di questo: un'altro modello sociale possibile. Certo, dire che Baudrillard è marxista può suonare curioso, però secondo me rimane nella matrice marxista. Questo al di là del capitale. Dopo assumerà altre forme, come la seduzione. Ma che se vuoi è l'irrazionale. All'origine di tutto poi c'è Durkheim. Baudrillard non lo nomina mai, ma a ben vedere è vicino a Durkheim: è il sacro che ha preso altre forme, il sacro che non è più presente nelle forme tradizionali. Tutto questo poi si mescola con Nietzsche, Bataille. C'è dentro tutta una tradizione occidentale che mette in discussione l'Illuminismo. Giustamente Baudrillard partiva dall'idea che l'Illuminismo fosse in crisi, che la razionalità fosse in crisi, e che bisognasse cercare altre forme. Era certamente affascinato dall'irrazionale. Il mondo antropologico del rituale, del dono, della *dépense*, del *potlatch*, oppure il mondo dei media, delle immagini sono tutte fascinazioni che Baudrillard insegue come delle sfide. Perché appunto la razionalità è *logos*, linguaggio verbale, mentre l'immagine è un'altra cosa, un'icona, un linguaggio non razionale, una sfida al pensiero.

Nel tuo lavoro di sociologo dei consumi e dei media io ritrovo molto di Baudrillard. C'è una certa ricorrenza di temi e figure – penso ad esempio a Disneyland e all'idea di disneylandizzazione – che non credo sia da addurre esclusivamente ad una convergenza oggettiva di problemi dentro al campo della società dei consumi. Che non si possa cioè che parlare di media, di marche, di corpi, di spettacolo e quindi ritrovarsi su quei temi lì. Leggendo i tuoi lavori, invece, mi sono fatto l'idea che ci sia un'ispirazione più profonda. Anche la tua scrittura, lo stile della tua sociologia, mi sembra somigliare a quello – trattatistico, digressivo, talvolta letterario – di Baudrillard. Come se, non potendo descrivere dall'esterno la società del consumo, non avendo il meta-linguaggio del sistema, si potesse solamente partire da una figura, una costruzione, un'idea e farla giocare come parola-chiave, come mot de passe. Ad esempio, l'idea di vetrinizzazione – alla quale hai dedicato una sorta di trilogia: La vetrinizzazione sociale (2007), Tutti Divi. Vivere in vetrina (2009), Mi metto in vetrina. Selfie, Facebook, Apple, Hello Kitty, Renzi e altre 'vetrinizzazioni' (2015) – mi sembra molto baudrillardiana, molto vicina all'idea della simulazione e dell'iperrealtà.

Innanzitutto ti ringrazio del paragone. Poi, non saprei dire... In effetti io parto sempre da un concetto. Penso che quello che devo dire passa in maniera più efficace se parto da un concetto e se cerco di comunicare questo concetto.

Piuttosto che fare un percorso, fare una strutturazione analitica. Però è un problema che mi pongo sempre, quale sia la forma più efficace. In realtà quei tre libri non compongono intenzionalmente un trittico. L'idea della vetrinizzazione la introducevo ne *Lo spettacolo della merce* come teoria sull'origine della cultura del consumo. Però non l'ho sviluppata subito. L'ho fatto dopo, ne *La vetrinizzazione sociale*, che è forse il mio lavoro più originale. A quel punto ho pensato di andare alle origini del fenomeno. Il divo è colui che sta meglio in vetrina. Allora bisognava ricostruire come è nato il modello del divismo. In *Ipermondo* c'era un capitolo sul divismo e poi c'è *Tutti Divi. Vivere in vetrina*. Penso che questo sia un tema fondamentale. Oggi siamo tutti delle marche, e le marche funzionano in maniera divistica. Perciò il tema del divismo attraversa tutta la società, dal divo vero e proprio al politico, dal Papa fino all'ultimo utente dei social media. E tuttavia è un tema assolutamente sottovalutato. Non ne scrive nessuno, c'è pochissimo materiale e molto spesso datato (Sartori, Alberoni, Morin). È assurdo se si pensa a quanto sia centrale nella società contemporanea la questione del divismo. *Mi metto in vetrina*, invece nasce da una conferenza. Michelina Borsari mi ha invitato al Festival di Filosofia a parlare del *selfie*, perché conosceva il mio lavoro. E così è nato il libro. Lavorandoci ho pensato di raccogliere dei casi per dimostrare che la vetrinizzazione non è solo un concetto con dei riferimenti storici, ma è anche qualcosa che riguarda l'oggi. E mi sembra che funzioni bene sociologicamente, perché i casi che vengono esaminati sono complementari e tu vedi i vari livelli della società, parte dalla vita quotidiana minuta e arriva fino al mondo della politica. Adesso ho quasi finito un nuovo libro in cui riprendo in mano il tema del divismo in maniera più sistematica. C'è una parte storica, quindi il cinema, la televisione e in misura minore il web. Perché il web è meno sviluppato ed è meno studiato: non ci sono ricerche su cosa significhi oggi il ruolo delle *web-star*. In Italia non c'è nulla, all'estero pochissimo. Poi ho fatto dieci casi di divi, di varie fasi, ma anche di vari ambiti, dalla moda all'arte. E un capitolo finale sulle teorie più importanti, e qui c'è anche Baudrillard.

E da un punto di vista più teorico, problematico, pensi che la questione della vetrinizzazione intercetti in qualche modo l'idea baudrillardiana di simulacro e di simulazione? Ad esempio, lì c'è tutta la polemica di Baudrillard con il Situazionismo sull'idea di "spettacolo", che a lui sembra superata e che invece nel tuo discorso sulla vetrinizzazione ritorna. Come la vedi?

Rispetto alla questione dello spettacolo e della vetrinizzazione, mi ha colpito molto l'idea baudrillardiana della 'fase video', di cui aveva parlato in *Amérique* e ne *L'Autre par lui-même*. Lui contrappone il modello tradizionale dello spettacolo – che è quello della distanza – a una nuova fase, che appunto chiama 'fase video', in cui sostanzialmente crolla la barriera tra la scena e la platea e tutto si mescola. Quella distanza che entra in crisi era la distanza del soggetto moderno, della borghesia, del teatro. È chiaro come lo spettacolo appartenga in pieno allo sviluppo della modernità. Quando questo modello entra in crisi si produce una

forma di confusione, di mescolanza, di reversibilità se vogliamo usare un termine baudrillardiano. Nella teoria della vetrinizzazione sociale io sostengo che sì, c'è la vetrina, che si costruisce sul modello del teatro – si pensi al ruolo centrale che svolge l'illuminazione artificiale, che è figlia della tecnica scenografica teatrale – ma poi la vetrina passa al di là del vetro, passa nella società. La differenza più grande, mi sembra, sta nel fatto che Baudrillard tendeva a sminuire il modello spettacolare e a dire che tutto era ormai mescolanza, circolazione, connessione, quindi simulacro. Secondo me no. C'è una dialettica ancora in gioco. Quel modello di spettacolo c'è ancora ed è molto forte. La rete non può fare a meno di creare degli eventi e di organizzarli in forma spettacolare. Ne *Lo spettacolo della merce*, ad esempio, ho polemizzato con Alberto Abruzzese, che era già abbastanza 'baudrillardiano' negli anni '70. Lui pensava che lo spettacolo fosse superato a vantaggio dell'informazione e del digitale. Baudrillard è sulla stessa linea: le Twin Towers sono la digitalità, il codice binario. La teoria della simulazione passa al di là del concetto di rappresentazione e ne decreta la fine. Ma per me le cose non tornano. Lo spettacolo, la vetrina rimane, rimane quel modello di rappresentazione e di identità. Perché il mondo sociale della comunicazione di oggi non può farne a meno. Poi c'è chi lo fa meglio e in maniera più efficace, e chi lo fa peggio. Ma tutti fanno riferimento ad un modello di visibilità sociale. Passa anche di lì, nell'età dei media, la possibilità di avere una vita relazionale, di avere uno spazio nella società. Per le stesse ragioni, in fondo, ho criticato la teoria dei *non-lieux* di Augé, che è pur sempre una teoria della simulazione in un certo senso. È una teoria che ha avuto un grande successo, che è facile da capire, ma che in realtà non ha senso da un punto di vista antropologico. Perché comunque questi 'non-luoghi' funzionano esattamente come gli altri luoghi, cioè consentono relazioni, identità, hanno una storia. Magari alcuni sono più deboli di altri, ma comunque sono dei luoghi e perciò entrano nella cultura sociale. E spesso hanno anche dei problemi: a volte vengono usati dalla cultura sociale diversamente da quella che erano le intenzioni della progettazione. È quello che segnalava già Michel de Certeau. C'è una soggettività dei gruppi sociali che si appropriano dei luoghi e ne cambiano il senso. È la produttività del consumatore. E tutto questo, per tornare al punto, non può funzionare senza una logica della rappresentazione, della messa in scena e dello spettacolo.

Vanni Codeluppi
Università IULM - Milano
✉ vanni.codeluppi@iulm.it

Enrico Schirò
Università di Bologna
✉ enrico.schiro@gmail.com