

Il Ragno e il grattacielo. Lo spettacolo e la catastrofe di Pier Paolo Zampieri*

Abstract

Il perimetro argomentativo dell'articolo si propone come un ragionamento tra due immagini mediali collocate in un arco temporale di quasi mezzo secolo: l'esordio dell'*Uomo Ragno* nel *medium* fumetto (1962) e quella che forse è la prima elaborazione "narrativa" sull'11 settembre prodotta dalla grande macchina dell'industria culturale (Straczynski J. M, Romita J. JR., [Dicembre] 2001).

L'articolo propone una genealogia del genere supereroistico e ragiona sulle logiche interne di un *medium* che, facendo della metropoli, dell'immagine e della serialità i propri elementi costitutivi, sintetizza, e forse anticipa, le dinamiche delle attuali società contemporanee. Lo spettacolo e la catastrofe, in quest'ottica, sono forse solo le logiche, e ordinarie, conseguenze.

Uomo Ragno | società dello spettacolo | 11 settembre | immagine | catastrofe | metropoli.

The paper framework aims to be a reasoning between two media images, set in a time span covering almost half a century: Spiderman's debut in the "cartoon" medium (1962) and what is probably the first "narrative" elaboration on 9/11 produced by the great cultural industry machine (Straczynski J. M, Romita J. JR., [December] 2001). This paper offers a genealogy of the superhero genre, and discusses the internal reasoning of a medium which, having metropolis, image and seriality as its constituents, summarizes and maybe discloses contemporary societies' dynamics. Show and catastrophe, under this perspective, are perhaps only logical and ordinary consequences.

Spiderman | show society | 9/11 | image | catastrophe | metropolis.

Genealogie di un mito d'oggi. Da *Superman* all'*Uomo Ragno*.

Quando nel 1938 apparve in America un uomo in costume «più veloce di un proiettile e più potente di una locomotiva», se era difficile

* Pier Paolo Zampieri è Ricercatore in Sociologia dell'ambiente e del territorio. La sua attività scientifica ha esplorato la costruzione della dimensione dello spazio-tempo, sociale ed economico, nelle complesse società contemporanee e le modalità attraverso cui tale processo ha impattato sui soggetti, o territori, esclusi, o marginali(zzati), da tale "evento". Le esclusioni sociali, culturali e territoriali sono state i principali temi di lavoro in quanto considerati dei laboratori privilegiati per comprendere le dinamiche in atto e per pensare a come, e a dove, intervenire. È in questo senso che viene studiato il fenomeno dell'Outsider art. pzampieri@unime.it

immaginare che quell'intrattenimento per ragazzi sarebbe diventato un'icona planetaria in grado di spostare enormi *budget* e di approdare da eterna novità in tutti gli altri mass media, non era impossibile accorgersi di quali fossero gli elementi costitutivi di tale neo mito di massa.

La metafora del superamento della locomotiva, l'invulnerabilità, l'origine "aliena", l'irriducibile fede democratica, il logo *S* per *Super*, i grattacieli come sfondo dell'azione, la Metropoli come *habitat* naturale, si poteva insomma già leggere nell'aderenza di quel costume rosso-blu su di un'ipertrofica pelle invulnerabile tutta l'ambizione, e l'ingenuità, di un'acritica modernità a stelle e strisce alla conquista del cielo con la libertà, il suo bene più prezioso, da difendere e da esportare. Ad ogni costo.

Poche cose come *Superman* sono riuscite a sintetizzare così bene sia lo statuto di *superpotenza* statunitense, sia l'approccio tutto sommato paternalista verso gli "altri". A ben vedere, partendo da quel logo stampato sul petto, *Superman* è stato a tutti gli effetti uno *spot* su scala planetaria degli Stati Uniti ed appartiene ad un'era in cui il mondo sembrava abbastanza semplice: da una parte c'era il *totem* della libertà da difendere/diffondere, e altrove c'erano rispettivamente o l'impero del male o un mondo "arretrato" da aiutare nel difficile cammino verso il suo radioso e inevitabile futuro. Proprio come le *Merci di culto* analizzate da Carmagnola e Ferraresi (1999), ma con la sensibile differenza di nascere già come immagine pura, *Superman* sintetizza, e anticipa, quel processo magico-evocativo per cui una merce, raggiunto il suo stadio "evoluto", diventa un'*ipermerce*, un oggetto cioè dotato di "poteri magici" che dischiude al consumatore il mondo/immaginario a cui allude¹. Il *cult*, per gli autori in questione, si caratterizza per un'alta capacità di *addensare* e di attrarre a sé narrazioni, con la conseguenza di produrre, e incarnare, discorsi e, in ultima analisi, immaginari.

¹ Gli autori, per *ipermerce*, intendono quello stadio "evoluto" in cui una merce, emancipatasi dall'essere "solo" un oggetto, e liberata dal fardello del *valore d'uso*, riesce ad "addensare" intorno a sé un immaginario pieno anche se di natura fondamentale evocativa e narrativa. Tale stadio è per Carmagnola e Ferraresi il *cult*, il sogno stesso delle merci.



La Coca cola, i Jeans, l'Harley Davidson, il Mac², sono solo alcuni esempi di tali *ipermerci* in cui la categoria antropologica del "culto" spiega molte più cose di quella semplice del "consumo". In questo senso, salire su un'Harley Davidson non significa semplicemente guidare una bellissima moto di cuoio e di metallo, vuol dire anche accedere a quel precipitato di narrazioni, e immagini, che essa veicola; vuol dire essere traversati da un vero e proprio «addensamento connotativo» composto in ordine sparso da libertà, ribellione, giovinezza, frontiera e... Marlon Brando. Salire su quella sella di cuoio vuol dire cavalcare l'*American Dream*³ stesso. Possedere quel prodotto vuol dire abitare quel mondo mitico. Esserne cittadini. Appartenere a quella tribù esclusiva.

“Antropologia più marketing” suggeriscono infatti Carmagnola e Ferraresi all'interno di una lettura prevalentemente simbolica del consumo che vede in Benjamin, in Deleuze e in Baudrillard le maggiori sponde argomentative. L'analisi presuppone ovviamente tali oggetti già immersi in un complesso mondo mediale, in osmotica relazione con quello "reale". È principalmente grazie alla loro potenza di addensare narrazioni che essi si emancipano dall'essere semplici oggetti e si comportano come dei veri neo-totem, o «miti d'oggi» per dirla alla Roland Barthes (1957). È in questa dimensione che il supposto primato della realtà materiale sulla categoria dell'immaginario viene meno. I due piani, per gli autori, si presentano indissolubilmente intrecciati.

Se accettiamo la lettura che incarnare narrazioni è la caratteristica fondamentale delle *ipermerci*, il mondo/immaginario a cui *Superman* allude è il futuro (l'uomo del domani), è l'America stessa così come lei si è immaginata e rappresentata per anni, la paladina e la sentinella dei valori del "mondo

² È interessante notare che il *Mac*, che nel periodo della pubblicazione del libro (1999) non aveva ancora assunto lo statuto di *cult* che ha acquisito successivamente, era stato collocato dagli autori nel trampolino di lancio di quelle merci che avevano tutti gli elementi per diventarlo.

³ Curiosamente in *Easy Rider*, il film *cult* della controcultura americana, sia il protagonista (Peter Fonda) che il suo "mitico" *chopper* (un'Harley Davidson) si chiamano *Captain America*, il nome di un celebre supereroe.



nuovo”: libertà, giustizia e democrazia per tutti. È questa la ragione principale per cui è particolarmente interessante analizzare genealogicamente il mondo dei Supereroi di cui *Superman* rappresenta semplicemente il primo grande vagito.

Eppure, in quel mondo, tale paradigma “innocente” si sbriciola relativamente in fretta. Saranno sempre più le contraddizioni, la latente schizofrenia delle doppie identità, il potenziale distruttivo inscritto in quei fantastici superpoteri a diventare inesorabilmente il motore drammaturgico di storie in cui il vero *drama* non è più solo quello in azione sopra il cielo, ma anche quello nascosto sotto la maschera. Per dirla diversamente, il conflitto è ormai annidato dentro il cuore dell’America stessa.

È il Vietnam, probabilmente, il “luogo reale” in cui l’immaginario dicotomico bene-male dentro cui gli Stati Uniti post bellici si percepivano va irrimediabilmente in crisi⁴. Il crollo della certezza di essere davvero dalla parte del bene si ripercuote nell’intera cultura di massa americana contribuendo a produrre quel fenomeno chiamato controcultura, che si riverbera nella musica, nel cinema e nei costumi di un’intera generazione.

Dopo la guerra del Vietnam, nemmeno tra le pagine di un *medium* destinato a ragazzi è più possibile proporre una rappresentazione di se stessi così semplicistica. I valori di libertà e democrazia incarnati e difesi ad ogni costo dai supereroi assomigliano, troppo da vicino, all’atteggiamento degli Stati Uniti *vs* il resto del mondo⁵. «Chi controlla i controllori?» è l’inquietante domanda che apre *Watchmen*, la più importante *graphic novel* a tema supereroistico di sempre⁶.

⁴ Per un’analisi davvero efficace del mito del supereroe e delle sue implicazioni col contesto che lo ha generato vedi A. Di Nocera (2000).

⁵ Nelle recenti rivisitazioni supereroistiche *I Vendicatori*, il gruppo di Supereroi più famoso è in pratica una sezione del governo degli Stati Uniti, non di rado usata in funzione antiterroristica (Millar M., Hitch B., Neary P., 2003).

⁶ Immaginando un mondo distopico in cui i Supereroi esistono davvero, Alaan Moore revisiona radicalmente i presupposti “ingenui” del genere e ne mette a nudo tutte le contraddizioni. Per quale motivo, ad esempio, dovremmo fidarci di uomini potentissimi che con un battito di ciglia potrebbero entrare a casa nostra o ucciderci solo col pensiero? Uomini di cui non conosciamo nemmeno l’identità e che agiscono sopra il perime-



Ma se nessuno come *Superman* ha rappresentato il primo stadio della punta di diamante dell'industria culturale dell'immaginario pop a stelle e strisce, pochi come *l'Uomo Ragno* hanno sintetizzato altrettanto bene il secondo. Dall'astrazione letteraria di una *Metropolis*, "città radiososa", si passa all'*iperrealtà* di una New York multietnica traboccante di energia e di pesanti conflitti sociali. A quella che sembrava l'utopia urbana novecentesca di Le Corbusier si contrappone il suo *feed-back*, la dura "realtà" del quartiere. *l'Uomo Ragno*, alias Peter Parker, abita al Queens, è solo un ragazzo (che per arrotondare fa il fotografo *free-lance*) e, nonostante i suoi stupefacenti superpoteri, pagare l'affitto è un problema molto serio. Dalla metropoli "immaginata" si passa a quella "reale". Da un punto di vista drammaturgico, l'attenzione si sposta dal costume a chi lo indossa e sul peso della responsabilità che questo comporta⁷. Nella lettura critica del genere, da supereroi si passa a uomini con superpoteri⁸ (Di Nocera, 2000). Anche l'origine dei superpoteri dell'*Uomo Ragno*, e di tutti i *Super* della sua generazione, rispecchia questo passaggio. Non più fantastiche cause extraterrestri, ma "banali" e letali radiazioni, la vera grande paranoia globale che per tutta la guerra fredda ha minacciato e tenuto l'intero mondo col fiato sospeso⁹.

All'interno di questo passaggio epistemico il vero protagonista diventa rapidamente l'uomo anonimo con indosso una maschera, poco importa se come una specie di *brand* sintetizza favolosi superpoteri che sono spesso l'origine stessa dei conflitti interiori. Dal roboante e ottimista "Uomo del domani", incarnato da *Superman*, si passa al problematico uomo qualun-

tro della legge anche se (quasi) sempre in suo nome? Il risultato di tale opera revisionista sarà quello di farci vedere che la distanza tra un Supereroe, un paranoico e un fascista è molto sottile (Moore A., Gibbson D., 1986).

⁷ Chiaramente questo livello non si sostituisce a quello precedente, semplicemente si sovrappone. I grattacieli come luogo dell'azione e come sfondo di fantastici combattimenti rimane il "paesaggio" obbligato dentro cui ogni supereroe deve muoversi.

⁸ Per non generare confusione e per evitare tecnicismi, continueremo ad utilizzare il termine onnicomprensivo *Supereroi*. La linea narrativa contemporanea li presenta anche come *postumani* (Millar M., Hitch B., Neary P., 2003).

⁹ Quasi tutti i principali supereroi della generazione dell'*Uomo Ragno* hanno subito la metamorfosi da uomini comuni in Super a causa di radiazioni (Gamma): *Hulk*, i *Fantastici Quattro*, *Devil*, solo per citare i più famosi.



que dell'*everyday life* con i suoi problemi quotidiani sotto la maschera. La distanza tra *Superman* e l'*Uomo Ragno*, o se vogliamo la relativa battaglia editoriale tra la filosofia della *D.C.* e quella della *Marvel*, le due grandi aziende monopoliste del settore, sono sintetizzabili in questi due super-eroi. In una semplificazione pop: Nietzsche da una parte e Kafka dall'altra. Il Superuomo di Massa e il Signor Nessuno sotto la maschera. Alla celebrazione della potenza superumana si insinua la fragilità esistenziale di un ragazzo, e forse di un'intera generazione. Al "semplice" problema di dover salvare il mondo si sovrappone quello di dover pagare l'affitto, con le due cose spesso in conflitto.

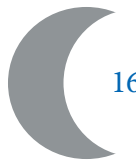
Se *Superman* rappresenta, finalmente, l'irruzione di un futuro fantastico nel tempo rettilineo della modernità, l'*Uomo Ragno* con tale dimensione dovrà farci i conti senza nessuna possibilità di evadere. Il futuro, come la bomba atomica, è arrivato, e non si può più tornare indietro. Il tempo dentro cui si muove l'*Uomo Ragno* (e tutta la sua generazione di supereroi) diventa quello del *quotidiano* con tutta la sua inevitabile carica di elettricità, euforia e angoscia. In una sintesi forse eccessiva, dal tempo vettoriale della modernità si passa a quello apparentemente senza uscita del postmoderno.

Se prendiamo per buone le letture sul *presente* proposte da Harvey (1990) e la sua ardita equazione in cui la modernità sta all'alienazione come la postmodernità sta alla schizofrenia¹⁰, l'immagine proposta¹¹, quella della prima copertina dell'*Uomo Ragno* datata 1962, sintetizza perfettamente questo passaggio. L'estetica postmoderna, caratterizzata da uno strano movimento temporale in cui il futuro è compresso e anticipato in un euforico presente superdinamico e ansiotico, trova qui una sintesi perfetta¹².

¹⁰ Anche Sennett (1999) nel volume "*L'uomo flessibile. Le conseguenze del nuovo capitalismo sulla vita personale*" fornisce un'interpretazione molto simile. Se, nonostante la certezza del futuro (la pensione), l'alienazione è la condizione *tipo* dell'operaio fordista, la schizofrenia è la dimensione esistenziale del lavoratore flessibile. Per una lettura molto simile sul rapporto tra schizofrenia e capitalismo cfr. Deleuze (1972).

¹¹ Vedi p. successiva.

¹² Per una riflessione, ed esplorazione, ma in chiave puramente narrativa di questa dimensione rinvio alla lettura del monumentale *Infinite Jest* di D. F. Wallace (1996), forse il romanzo *cult* di tale paradigma psicotico.



L'Uomo Ragno è contemporaneamente un timido adolescente, una star mediatica, un eroe (super) e un criminale (per la polizia) che difende la legge.

La serialità, lo *choc* e lo spettacolo



1. La prima copertina dell'Uomo Ragno.

Con questa immagine, l'Uomo Ragno si presenta al mondo il 15 Agosto del 1962. Una maschera e un grattacielo. Nonostante sia difficile da percepire per l'occhio ad alta alfabetizzazione grafica dell'uomo del duemila, Jack Kirby riuscì nel miracolo di imprimere realismo, potenza cinetica e a mantenere, e forse amplificare, quel "senso del fantastico" che è sempre

stato il vero minimo comune multiplo verso cui sottende tutta la produzione supereroistica e probabilmente ogni *novità* tecnologica, ogni spot, ogni *nuova* merce.

Quella che segue è invece una copertina più contemporanea (2006).



2. Copertina Uomo Ragno n. 245 (2006)

Come si può vedere, nonostante un salto evolutivo nel realismo dei disegni, fuso in un'ambiziosa inquadratura "mozzafiato" che produce un sinestetico senso di vertigine nel lettore, gli elementi strutturali che compongono l'insieme sono più o meno gli stessi. Una maschera e un grattacielo. Sembra che il mezzo secolo di differenza tra le due immagini sia "passato" quasi esclusivamente nella potenza spettacolare del disegno e nel materiale del grattacielo. Non certo nell'*Uomo Ragno* che, a distanza di cinquant'anni, si ripresenta nello stesso luogo presumibilmente con la stessa età. Se consideriamo le centinaia di avventure vissute tra le due copertine, ci troviamo davanti ad uno strano paradosso la cui analisi chiama in causa il *medium* stesso, portato dalla sua medesima natura seriale a co-

struire narrazioni inserite in un congelamento temporale compensato da immagini sempre più dinamiche che corteggiano inevitabilmente la vertigine e la catastrofe (metropolitana). È questo uno dei motivi che ha fatto sì che l'*Uomo Ragno* sia stato (probabilmente) la prima elaborazione narrativa a confrontarsi con la tragedia dell'undici settembre (Straczynski J. M- Romita J. JR., [Dicembre] 2001).

Il fumetto supereroistico nasce, infatti, incorporato in un orizzonte di riproducibilità tecnica (Benjamin, 1936) sottomesso però alla feroce dittatura di una produzione seriale che deve sfornare ogni mese, ogni anno, ogni volta, una storia "nuova". Alla classica serialità fordista, di tipo prevalentemente "orizzontale", se ne aggiunge una, diciamo, verticale, tipica nelle produzioni culturali popolari¹³. Ogni storia mensile è obbligata ad essere eccezionalmente nuova per mantenere intatto quel "senso del fantastico", ma deve anche attraversare il paradosso di riconsegnare al lettore il supereroe uguale a come lo ha lasciato. Tecnicamente il supereroe seriale non può essere "consumato" (troppo) dalla drammaturgia. Il suo patrimonio identitario e il conflitto drammaturgico su cui il personaggio è edificato non può mai risolversi veramente.

La pionieristica analisi del mito di *Superman* di Umberto Eco (1964) è quasi interamente incentrata su questo paradosso temporale che è il vincolo stesso di ogni serie supereroistica. Il supereroe non può fare figli, non può dichiararsi all'amata, non può svelare l'identità segreta, in ultima analisi non può invecchiare. È come se il mondo dentro il quale si sviluppa la sua storia fosse congelato in un presente eterno. Detto in altri termini è negato lo scorrere del tempo che il *medium* stesso impone a ritmi infernali. In questo contesto l'azione (spettacolare) è sì la grammatica dentro cui il supereroe si deve muovere, ma al tempo stesso quelle stesse azioni non possono produrre vere conseguenze drammaturgiche, pena il precipitare nel grande tabù della serialità verticale, la parola *The End*. Parafrasando Benjamin, tale genere nasce già all'interno di una nuova percezione del

¹³ L'archetipo di questo tipo di produzioni è probabilmente il feuilleton (Eco 1964).



“reale” ed è intimamente composto da una grammatica choccante¹⁴ di cui le esplosioni, l'*iperrealtà* dei disegni, i combattimenti, sono solo la logica e necessaria conseguenza di tali premesse. In una brutale sintesi il fine di ogni storia, di ogni tavola, di ogni mese, è quello di lasciare il lettore con la bocca aperta: un grande wow disegnato sul viso e un'incontenibile voglia di tornare il mese successivo a nutrirsi di quell'incantesimo mai visto prima. Con una certa enfasi, si può parlare dell'eterno ritorno dell'assolutamente nuovo. L'esperienza dello *choc*, ci avvisa Benjamin (1982), è però un'esperienza zoppa, un'esperienza che si poggia unicamente sulla memoria *volontaria* quella che, per essere sollecitata, ha bisogno di choccare continuamente e progressivamente un sistema nervoso ormai saturo. Lo spettacolo e l'immagine sono costretti intrinsecamente a seguire tale binario destinato a effetti speciali sempre maggiori.

È dentro questa spirale che privilegia lo spettacolo alla *storia*, la sorpresa allo sviluppo, l'esplosione allo scontro, che si può seguire la traiettoria di un genere paradigmatico del sistema che lo ha partorito. Un genere intimamente costituito da quelle radicalizzazioni che Baudrillard (1983) definisce “strategie fatali”, in cui, nella supposta *iperrealtà* in cui siamo immersi, non si opporrà, ad esempio, il bello al brutto, ma si fronteggeranno sempre le rispettive radicalizzazioni simulacrali, nello specifico, la moda e il mostruoso. È per questo che nel genere supereroistico, come nella logica del capitale, non è contemplato al proprio interno la parola *The End*, ma solo, e sempre la sua radicalizzazione: *to be continued*. È con questi strumenti concettuali che andrebbe analizzata la seconda copertina. Non l'evoluzione della prima attraversata da cinquant'anni di drammaturgia, ma la riproposizione *iperreale* di quel fantastico vagito al fine di riproporre nel lettore quello *choc*, o quello *Wow*, iniziale.

¹⁴ Per una lettura organica di Benjamin come teorico dei media cfr. Benjamin (2012). Una delle tesi di fondo è che l'arte, in quanto forma storica di mediazione della percezione, è addirittura il *medium* privilegiato con il quale percepiamo la realtà. Con l'avvento dei mass media, si passa da una percezione auratica del “reale” ad una percezione choccante e tattile. In due parole *Aura e choc*.



Il grattacielo, l'antropologia urbana e l'11 settembre.

Non credo sia un caso che quell'espressione di stupore prodotta mensilmente nel lettore di storie supereroistiche sia davvero molto simile a quella che ancora oggi New York, con il suo Grand Canyon di grattacieli, produce nei suoi migliaia di visitatori quotidiani. Il grattacielo, oltre ad essere il simbolo stesso della Grande Mela, è sempre stato lo sfondo obbligato delle narrazioni a tema supereroistico. I Supereroi possono muoversi esclusivamente nel nuovo spazio spettacolare da esso generato e mai altrove.

Se è vero che la dimensione più intima dell'uomo è quella dell'abitare, inteso come relazione simbolica con l'ambiente (Careri 2006, La Cella 1988, Norberg Schulz 1979), si potrebbe dire che l'uomo sta alla casa come il Supereroe sta al grattacielo. A ben vedere, niente come le storie dei supereroi si incastrano così bene con quella postura col naso all'insù così caratteristica tra le strade di New York. In qualche maniera, tali figure, adesso sì mitologiche, danno semplicemente forma alla necessità di riempire simbolicamente, e di narrare, quello spazio metropolitano che sotto l'incredibile spinta novecentesca si è lanciato verso un cielo improvvisamente vuoto di dei.

È Marco D'Eramo (1995), nella sua paradossale "archeologia del futuro" della città di Chicago, a sottolineare quanto il grattacielo rappresenti davvero il simbolo della rottura antropologica dell'America rispetto al resto del mondo. Poche cose, come il grattacielo, condensano simbolicamente la concorrenza, l'ambizione, lo spettacolo, il capitalismo e, in ultima analisi, il primato stesso degli Stati Uniti rispetto al resto del mondo. Ma più alto è il palazzo, maggiore è l'ombra che esso proietta. Tali "meraviglie" rappresentano anche l'enorme fragilità di un sistema (nessuna grande costruzione è più fragile di un grattacielo) che, non a caso, vede proprio i grattacieli essere il cuore dell'attacco sicuramente simbolico e probabilmente militare dell'undici settembre. Ma se è vero che il grattacielo, con la sua linea retta protesa verso il cielo, è il canone architettonico della "città

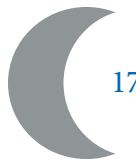


radiosa” di Le Corbousier (1925), è altrettanto vero che rappresenta anche la negazione stessa della città intesa come il luogo privilegiato delle relazioni e come spazio della socialità¹⁵ (Jacobs, 1961). È dentro la risoluzione di tale grande dicotomia che risiede una delle ragioni del grande successo dei Supereroi. Grazie all’espedito della doppia identità essi sono, soprattutto da *l’Uomo Ragno* in poi, contemporaneamente sia i protagonisti di quello spazio spettacolare che delle sue strade o, per dirla di nuovo dentro una semplificazione *pop*, essi sono sia Kafka che Nietzsche, sia Le Corbousier che Jane Jacobs. Il prefisso *Super* si colloca esattamente come compensazione necessaria di quei prefissi negativi (*a*-nonimato, *non*-luoghi) che proiettano la Metropoli americana dentro uno spazio antropologico (quello della complessità) del tutto nuovo. È in questo senso che la metropoli contemporanea acquisisce una centralità analitica tutta nuova e diventa la grande produttrice di nuove diversità antropologiche¹⁶ (Hannerz, 1980; Augé, 1992). Se è vero che la “scuola di Chicago” è stata tra i pionieri di questo “nuovo” approccio alla complessità contemporanea (Hannerz 1980), è emblematico che Chicago sia stata la sede del primo grattacielo costruito al mondo e dell’omonima scuola architettonica che ha “imposto” il modello modernista, inteso come utopia urbana, all’intero secolo americano (D’Eramo, 1995; Jacobs, 1961).

Dentro questo nuovo scenario metropolitano sarà proprio quel prefisso *Super* appoggiato su di un uomo anonimo a permettere una fantastica proiezione identitaria all’uomo della folla, l’anonimo protagonista delle

¹⁵ Il testo della Jacobs (1961) è ancora oggi considerato il più feroce attacco all’utopia urbana che sottende il modello della città verticale di Le Corbusier. A quella spazialità grandiosa e monofunzionale, la Jacobs oppone una visione incentrata sulle relazioni informali e sulla necessità di *densità* e *diversità* nei quartieri. Tale “ricetta” viene declinata in tutti i suoi aspetti: da quello sociale a quello architettonica a quello economica. Non sono pochi quelli che hanno interpretato tale attenzione alle reti di relazioni informali come un’anticipazione del concetto di “capitale sociale” (Bagnasco, 1999, cit. in Olmo, “prefazione” Jacobs [2009]).

¹⁶ Emblematicamente Hannerz (1980) propone la definizione di “antropologia della città” in opposizione a quella, apparentemente più ovvia, di “antropologia nella città”. Per l’autore, la città non è un semplice contenitore di diversità (etniche), ma ne è il grande produttore.



neosocietà di massa (Benjamin, 1982; Baudrillard, 1976; Harvey, 1990). Non credo che sia un mero caso che tale proiezione aderisca perfettamente al mito fondante dell'America come terra delle opportunità, la terra promessa in cui un signor nessuno può *in un lampo* scalare la società e diventare un *number one*.

Anche se il mondo si può prendere gioco del timido Peter Parker presto si stupirà degli stupefacenti poteri dell'Uomo Ragno.

Così recita l'*Uomo Ragno* sopra un grattacielo, in quella aurorale copertina datata 15 Agosto 1962. Insomma, la famosa "tragedia senza eroi" di cui parlava Simmel (Dal Lago, 1994), la complessa tensione dentro cui si muovono la libertà e l'anonimato nel nuovo spazio della modernità, trovano una fantastica soluzione narrativa dentro la grammatica spettacolare di una maschera che, appoggiata su di un uomo anonimo, sintetizza tutti i poteri e le possibilità offerte dal nuovo spazio metropolitano. L'*Uomo Ragno* sigilla quel cerchio aperto da *Superman*.

In questo senso i supereroi, in generale, sono probabilmente una specie di argilla magica in cui possono agire e trovare soluzione le grandi forze simboliche e le grandi contraddizioni novecentesche. Il Supereroe, forse, è semplicemente la fusione perfetta dell'uomo con la metropoli. È uomo più metropoli. È uomo e metropoli contemporaneamente. Il massimo dell'anonimato (Peter Parker) si fonde con la radicalizzazione della visibilità (l'*Uomo Ragno*).

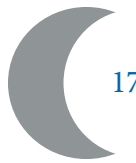
Scomparsa, dopo la rivoluzione industriale, l'idea di una metropoli a misura d'uomo, ecco che l'industria culturale ha consegnato all'immaginario collettivo un uomo a misura di metropoli. Nel caso dell'*Uomo Ragno*, la novità è che più che davanti a un uomo ci troviamo davanti ad un ragazzo. La copertina in questione è una specie di chiamata alle armi per un'intera generazione, che si affaccia per la prima volta col ruolo di protagonista nel palcoscenico della storia e che assumerà un ruolo sempre più decisivo nell'enorme mercato del consumo culturale generato dai *mass media*.

In questo paesaggio da *kolossal*, lo spettacolo diventa la grammatica



choccante dentro cui il genere supereroistico dovrà necessariamente muoversi per tenere incollato mensilmente un pubblico sempre più esigente e contemporaneamente assuefatto alle novità. L'atrofizzazione nervosa di stampo simmelliano (1903), nel lettore seriale di tali storie, trova un controcanto in una simmetrica atrofizzazione sensoriale del supereroe, che per muoversi in quello spazio abnorme e dentro quei continui combattimenti sempre più choccati deve essere praticamente invulnerabile. Tale "insensibilità" reciproca è l'asticella che l'autore e il lettore devono superare per potersi ritrovare nell'incredibile stupore suscitato dalle storie precedenti. Entrambi si trovano proiettati dentro una progressione narrativa choccante delegata più al potere delle immagini che allo sviluppo delle storie. Sarà la carica di novità e di sintesi, di cui le immagini metropolitane sono intimamente portatrici, a costituire principalmente la grammatica di tale progressione. È in questo senso che lo spettacolo, inteso come *iperrealtà* dei disegni e come senso di apocalisse immanente prodotto dall'intrinseca potenza visiva del paesaggio metropolitano, si sostituisce alla narrazione classica e diventa uno strano *metamedium* in odor di dittatura, ancorché grandiosa¹⁷. Tale dinamica è ancora più evidente quando l'oggetto supereroe approda in un altro *medium*. Dall'avvento del digitale, e con l'aprirsi di possibilità prima tecnicamente impossibili, si assiste nel cinema ad uno strano fenomeno. I Supereroi sbarcano in massa al cinema e soddisfano, e forse espandono, le potenzialità del *medium* onirico e metropolitano per eccellenza (solo un supereroe può "legittimamente" volare a supervelocità sopra il maestoso paesaggio delle metropoli americane e produrre scontri atomici con nemici potentissimi e metamorfici), ma allo schiudersi di que-

¹⁷ In realtà la situazione è più complessa, ma non può essere oggetto del presente articolo. Accanto al classico fumetto seriale esiste una linea di impronta autoriale che, a partire dai lavori di Frank Miller e di Alan Moore, rivisita in chiave adulta, e sociologica, gli archetipi dei supereroi consegnandoci potenti narrazioni quasi sempre crepuscolari (Di Nocera, 2000). Tali storie hanno la caratteristica di sganciarsi dal *continuum* della serialità e proporsi come *unicum* collocato in un altrove narrativo che non ha conseguenze nella "realtà" della serialità. In un'estrema sintesi, s'invecchia, si può morire e lo si può fare una volta sola. Su questo punto cfr. Zampieri (2010).



sti orizzonti visivi, le storie rimangono prevalentemente congelate all'immaginario tutto sommato adolescenziale degli esordi anche se vestite di un realismo sempre più fantastico, sexy e catastrofico¹⁸ (Zampieri, 2010).

Nel fumetto, da quel giorno aurorale (15 agosto 1962), sotto la feroce dittatura della cadenza mensile, l'*Uomo Ragno* è costretto a combattere e a choccare i suoi lettori fino a diventare, non a caso, il primo prodotto culturale di massa a confrontarsi con l'evento catastrofico del crollo delle torri gemelle (Straczynski J. M, Romita J. JR., [Dicembre] 2001). Come si può vedere nell'immagine che segue, se spogliata dalle implicazioni emotive, ci troviamo di nuovo davanti a una maschera e un grattacielo. O almeno, davanti a quello che resta del canone gerarchico e simbolico del novecento.



3. La copertina del numero 11 settembre 2001 è completamente nera. Questa è l'immagine con la quale si apre la storia.

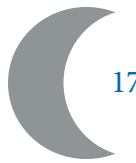
¹⁸ Emblematico è il caso del musical *Turn of the dark* (2012). Quando l'*Uomo Ragno* sbarca a Broadway, lo fa nel *musical* più costoso della storia. Lo spettacolo, accompagnato da mesi di lavoro con incidenti che sfiorano la leggenda metropolitana, e supportato dalle musiche degli U2, si presenta con i crismi dell'eccezionalità. I combattimenti acrobatici effettuati sopra la testa degli spettatori hanno l'ambizione di ridisegnare lo spazio scenico espandendo verticalmente i confini della famosa quarta parete. Lo show, pur inserendosi dentro una dinamica choccante che costringe lo spettatore a un'inedita a postura col naso all'insù a domandarsi se quello che sta vedendo sia ancora teatro (piuttosto che cinema digitale), non riesce a fuggire da una drammaturgia davvero adolescenziale.

Anche se si è sempre detto che l'11 settembre “sembrava un film”, sarebbe forse più corretto affermare che sembrava un fumetto supereroistico. Molte volte il lettore di tali fumetti ha assistito alla distruzione di grattacieli come logico effetto di supercorpi che, con in gioco la posta della libertà, si scontrano in quel cielo così tardo novecentesco. *Hulk*, i *Fantastici Quattro*, *Superman*, *Iron man* mille volte hanno salvato – e talvolta generato – spettacolari distruzioni di massa nei cieli di New York. A ben vedere, la catastrofe (o la salvezza del mondo) è l'unica soluzione possibile di quella minaccia immanente, di quel motore drammaturgico che fa dello *choc* la propria grammatica esistenziale e narrativa.

L'evento catastrofico dell'11 settembre sembra davvero essere stato ideato per strappare la radicalizzazione di un grande Wow allo spettatore *blasé* e si iscrive perfettamente dentro una logica che fa dello spettacolo, dell'immagine e della metropoli il proprio D.N.A. In fondo, fu proprio Baudrillard (2002), il più grande teorico dell'*iperrealtà* a chiosare sull'11 settembre: loro lo hanno fatto, ma noi lo abbiamo pensato, noi lo abbiamo sceneggiato, noi lo abbiamo immaginato¹⁹. Se accettiamo questa logica, ci troviamo davanti a quello che può apparire un paradosso. Il luogo da cui sono decollati quei due aerei non è stato un imprecisato spazio fisico posto fuori dai nostri teleschermi, ma un preciso luogo reale situato al centro del nostro immaginario mediatico.

Il genere Supereroistico, che fa dell'immagine e della Metropoli i propri elementi costitutivi, di tale logica ne rappresenta forse il distillato più efficace, o semplicemente la sua avanguardia. O più prosaicamente il proprio destino.

¹⁹ Sicuramente lo ha immaginato Baudrillard (1976), che già nel 1976 individuò nelle torri gemelle il luogo ideale per un attacco simbolico. Se il grattacielo è ancora figlio di un'ideologia del record, e quindi dell'unico, le torri gemelle traggono potenza dal loro continuo rimando reciproco. Tale dimensione, per Baudrillard, sintetizza perfettamente la nuova fase, quella dell'*iperrealtà*.



Riferimenti bibliografici

- Augé M. (1992), *Non-Lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*; tr. it. 1993, *Nonluoghi. Introduzione ad una Antropologia della surmodernità*, Milano, Elèuthera.
- Bagnasco A. (1999), *Tracce di comunità*, Bologna, il Mulino.
- Barthes R. (1957), *Mythologies*; tr. it. 1994, *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi.
- Baudrillard J. (1974), *La société de consommation. Ses mythes ses structures*; tr. it. 1976, *La società dei consumi*, Bologna, il Mulino.
- Baudrillard J. (1983) *Les stratégies fatales*: tr. it. 1984 *Le strategie fatali*, Feltrinelli, Milano.
- Baudrillard J. (1976), *L'échange symbolique et la mort*; tr. it. 1979, *Lo scambio simbolico e la morte*, Milano, Feltrinelli.
- Baudrillard J. (2002), *Power Inferno. Requiem pour les Twins Towers. Hypothèse sur le terrorisme. La violence du Mondial*; tr. it 2003, *Power inferno. Requiem per le Twin towers. Ipotesi sul terrorismo. La violenza globale*, Milano, Cortina Raffaello.
- Benjamin W. (2012), *Aura e choc*, Torino, Einaudi.
- Benjamin W. (1936), *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*; tr. it. 1996 *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi.
- Benjamin W. (1982), *Das Passagenwerk*; tr. it. 2010, *I 'Passages' di Parigi*, Torino, Einaudi.
- Careri F. (2006), *Walkscapes. Camminare come pratica estetica*, Torino, Einaudi.
- Carmagnola F., Ferraresi M. (1999), *Merci di Culto*, Roma, Castelvecchi.
- Dal Lago A. (1994), *Il conflitto della modernità*, Bologna, il Mulino.
- Deleuze G. e Guattari F. (1972), *L'Anti-Oedipe*; tr. it. 1975, *L'anti-Edipo*, Torino, Einaudi.
- D'Eramo M. (1995), *Il maiale e il grattacielo. Chicago: una storia del nostro futuro*, Milano, Feltrinelli.
- Di Nocera A. (2000), *Supereroi e Superpoteri*, Roma, Castelvecchi.
- Eco U. (1964), 2001, *Apocalittici e integrati*, Milano, Bompiani.
- Hall S. (2006), *Il soggetto e la differenza. Per un'archeologia degli studi culturali e postcoloniali*, Roma, Meltemi.
- Hannerz U. (1980), *Exploring the City. Inquiries Toward an Urban Anthropology*; tr. it. 1992 *Esplorare la città. Antropologia della vita urbana*, Bologna, il Mulino.
- Harvey D. (1990), *The condition of Postmodernity*; tr. it 1993, *La crisi della modernità*, Milano, il Saggiatore.
- Jacobs J. (1961), *The Death and Life of Great American Cities*; tr. it. 2009, *Vita e morte delle grandi città*, Torino, Einaudi.
- La Cecla F. (1988), *Perdersi. L'uomo senza ambiente*, Bari, Laterza.
- Le Corbusier (1925), *Urbanisme*; tr. it. 2011, *Urbanistica*, Milano, il Saggiatore.



- Parker (2004), *Urban Theory and the Urban Experience: Encountering the City*; tr. it. 2006, *Teoria ed esperienza urbana*, Bologna, il Mulino.
- Sennett R. (1999), *THE CORROSION OF CHARACTER*; tr. it. 2001 *L'uomo flessibile*, Milano, Feltrinelli.
- Shulz-Norberg (1979), *Genius Loci*; tr. it. 1992, *Genius Loci*, Milano, Electa.
- Simmel G. (1903), *Die Großstädte und das Geistesleben*; tr. it. 1995, *Le metropoli e la vita dello spirito*, Roma, Armando.
- Wallace D. F. (1996), *Infinite Jest*; tr. it 2000, Fandango, Roma.
- Zampieri P. P. (2010), *Il quotidiano totale. Barboni e Supereroi. Dall'apartheid dei nonluoghi a quello dell'immaginario*, Roma, Robin Edizioni.

Letteratura disegnata.

- Lee Stan, Dikto S. (1962), *L'Uomo ragno*, Marvel.
- Millar M., Hitch B., Neary P., (2003), *ULTIMATES*, Marvel
- Miller F. (1985) *Il ritorno del cavaliere oscuro*, 1992, Milano, Rizzoli.
- Moore A., Gibbson D. (1986) *Watchmen*, Play Press, 2001.
- Ross A., Kruerer J. (1999-2000), *Terra X*, Wiz, Marvel Italia.
- Siegel J., Shuster J. (1938), *Superman*, DC.
- Straczynski J. M, Romita J. JR. (dicembre 2001), *L'Uomo Ragno*, 11 Settembre 2001, Marvel.

