

L'immaginario digitale e il corpo utopico da Instagram a OnlyFans¹

Pierluigi Ametrano*

Abstract

L'articolo intende analizzare come i soggetti hanno instaurato un nuovo rapporto con la propria immagine e con il proprio corpo grazie e mediante le nuove tecnologie informatiche. I social media e le applicazioni informatiche sono delle formazioni storiche in cui è divenuto preponderante il ruolo e la funzione dell'immagine, ciò ha comportato per i soggetti la possibilità non solo di elaborare un proprio immaginario confortevole e rassicurante, ma anche, o soprattutto, di partecipare attivamente alla costruzione della propria immagine e del proprio corpo.

Le moderne tecnologie digitali offrono ai soggetti un continuo esercizio su di sé che permette di accedere ad un proprio modo di essere e di raggiungere nuove forme di piacere, che non corrispondono più al mero godimento sessuale, ma sono la ricerca di una propria autenticità, in altre parole sono forme di cura di sé che avvengono tramite gli strumenti informatici e le strategie che essi forniscono. Un gioco di verità attraverso il quale il soggetto fa esperienza di se stesso, si conosce ed entra in contatto con gli altri.

Parole chiave: immaginario, corpo, tecnologie informatiche, godimento, cura di sé, sessualità.

The article aims to analyse how human subjects established a new relationship with their own image and body thanks to and through new information technologies. Social media and computer applications are historical formations in which the role and function of the image has become predominant, but this meant that subjects are not only able to elaborate their own comfortable and reassuring imaginary, but also, or above all, to actively participate in the construction of their own image and body. Modern digital technologies offer subjects a continuous exercise on themselves that allows them to access their own way of being and to achieve new forms of pleasure,

¹ Saggio ricevuto in data 30/04/2023 e pubblicato in data 15/02/2024.

* Ricercatore indipendente, dottore magistrale in Filosofia presso l'Università di Napoli Federico II, e-mail: pierluigiametrano@libero.it.

which no longer correspond to mere sexual enjoyment, but are the search for their own authenticity, in other words, they are forms of Self-care that take place through computer tools and the strategies they provide. A game of truth through which the subject experiences himself, gets to know himself and meets others.

Keywords: imaginary, body, ICT, enjoyment, self-care, sexuality.

Introduzione

Una tale interpretazione va contro alle migliori intenzioni di Palomar, che pur appartenendo a una generazione matura, per cui la nudità del petto femminile s'associava all'idea d'un'intimità amorosa, tuttavia saluta con favore questo cambiamento nei costumi, sia per ciò che esso significa come riflesso di una mentalità più aperta, nella società, sia in quanto una tale vista in particolare gli riesce gradita. È quest'incoraggiamento disinteressato che egli vorrebbe riuscire a esprimere nel suo sguardo
I. Calvino

Una modella cammina per il quartiere NoHo di New York, indossa una vecchia giacca di tweed, che le lascia scoperte le gambe, e delle scarpe bianche ormai opache. Il volto non si vede perché è nascosto da un bouquet di fiori, che aveva comprato poco prima per il compleanno di un'amica. A vederla sembra una figura decisamente strana, quasi un quadro surrealista, ricorda un po' il quadro di Magritte *Il figlio dell'uomo*, in cui un uomo vestito in modo borghese ha il volto celato da una mela verde, una tela che gioca proprio su ciò che si vede e su quanto si nasconde. La giovane passeggia così tranquilla perché pensa di non essere vista, purtroppo un fotografo la riconosce e le scatta una foto. Qualche giorno dopo, la ragazza trova l'immagine su Internet e decide di postarla con una didascalia: «Mood forever», quasi a rivendicare la volontà di voler vivere «in incognito per sempre, a lettere bianche in grassetto»². Tempo dopo, tramite gli alert di Google, scopre di essere stata citata in giudizio per 150 mila dollari, a farle causa è proprio l'autore dello scatto, il quale sostiene di avere la proprietà dell'immagine.

È il 2019 e la giovane modella è Emily Ratajkowski, che oggi ha un profilo Instagram di 30 milioni di follower, la quale afferma: «Sono ormai abituata più a vedermi attraverso le lenti dei paparazzi che a guardarmi allo specchio e ho imparato che la mia immagine, il mio riflesso, non mi appartengono»³. Quel che Emily non sa

² E. Ratajkowski, *Buying My Self Back. When does a model own her own image?*, in «New York Magazine», 15 Settembre, 2020, edizione online.

³ *Ibidem*.

è che da sempre il reale è in funzione della sua rappresentazione, ancor di più ora nell'era digitale, in cui la potenza dell'immaginario è decuplicata dalla potenza di calcolo delle moderne tecnologie informatiche e dall'eccessiva velocità di diffusione dei fotogrammi digitali. Non è un caso che l'avvocato, a cui la modella si è rivolta per arginare il furto di foto personali, abbia risposto: «Le immagini sono già in circolazione. Internet è Internet!»⁴

A partire da questa affermazione tautologica, per cui il web risponde solo a se stesso e si trasforma nella pienezza di un vuoto ancora da colmare, obiettivo dell'articolo è analizzare il rapporto nuovo che il soggetto nella sua singolarità ha instaurato con la propria immagine digitale e l'immaginario virtuale, oltre a indagare in che modo il corpo è coinvolto in tale dinamica.

1. Immaginari digitali

Da Facebook a Instagram, da TikTok fino ad arrivare a OnlyFans, le immagini sono divenute il contenuto privilegiato dell'era digitale. Se, nei primi social network, era il testo la parte principale del post – era con le parole che si tentava di esprimere il proprio flusso coscienziale, in una sorta di seduta psicoanalitica condivisa, mentre la dimensione iconica era solo un'esemplificazione più diretta – ora con i social media⁵ la didascalica cede il passo a una visibilità preponderante, laddove è il visibile a prendere il sopravvento sulla riflessione intimistica, sebbene i nuovi utenti che producono meme o video siano definiti come *content creator*, perché è lo spazio visivo a essere divenuto contenuto formale. È bene chiarire che con *content* si intendono sia il video divulgativo, sia i trend topic su TikTok sia l'esibizione erotica su OnlyFans, tutto è contenuto o, meglio, tutto è immagine. Non è un caso che nelle piattaforme informatiche la produzione visiva sia maggiormente accentuata, tanto da cambiare la denominazione da network a media, cioè non più canali che mettono in comunicazione tra loro gli utenti, ma spazio in cui gli utenti si esibiscono, laddove il loro gesto diviene performance e il loro relazionarsi muta in competizione. Gli ambienti virtuali sono anch'essi

una formazione storica, [cioè] una configurazione del visibile e dell'enunciabile, una combinazione, un modo di combinare visibilità ed enunciati, [però] il visibile e l'enunciabile sono diversi per natura, [in altri termini] non vi è fra loro isomorfismo⁶.

Se nella preistoria dell'era digitale la rete era caratterizzata da pagine HTML piene di testo e povere di immagini, per lo più sgranate, con il web 2.0 l'architettura delle piattaforme si inverte e la parte iconografica prende il sopravvento. Una

⁴ *Ibidem*.

⁵ I. Bogost, *La fine dei social network*, in «Internazionale», XXX, n. 1490, 2022, pp. 40-44: 42.

⁶ G. Deleuze, *Il sapere. Corso su Michel Foucault (1985-1986) / 1*, tr. it. di L. Feltrin, Ombre Corte, Verona 2020, p. 38.

produzione a cui prendono parte gli stessi soggetti attraverso gli strumenti informatici degli smartphone sia nella creazione che nella diffusione, tanto che la prassi comunicativa si riduce al meme o al video, che in alcune applicazioni sono definite *reel*, una parola che ha un'assonanza con la parola *reale*, quasi a sottolineare come sia l'immagine a creare il reale, ma richiama anche la bobina della produzione filmica. La comunicazione verbale si ritrae e lascia spazio alle immagini: il tutorial prende il posto del libretto di istruzioni. È utile chiarire che tutte le piattaforme social utilizzano degli algoritmi che analizzano e tracciano il *behavioural profiling* di ogni utente, cioè il comportamento che ognuno ha online e in base alle nostre scelte propongono dei contenuti conformi alle nostre preferenze e il più possibile interessanti per gli utenti. In altre parole, ogni utente costruisce intorno a sé una bolla di realtà che è formata da immagini che lo rassicurano e gli recano conforto, ma che lo racchiudono all'interno di un universo che esclude una molteplicità di altre dimensioni.

L'immagine scalza la parola per un'incompatibilità strutturale, non c'è più un equilibrio fra l'iconicità e il discorso e irrimediabilmente cambia anche il paradigma storico. Quel che prima era un'alternanza fra due ordini eterogenei ora diviene una predominanza dell'uno sull'altro, mostrando un tratto competitivo dell'immagine che prima non era così palese:

L'immagine è l'imitazione di una cosa, solo nel senso in cui l'imitazione è l'emulazione della cosa: essa rivaleggia con la cosa, e la rivalità riguarda tanto la riproduzione quanto la competizione per la presenza. L'immagine contende alla cosa la presenza⁷.

Nel contesto virtuale emerge la rivalità per immagini: non è un caso che molta della produzione video nelle applicazioni più diffuse si basi proprio sulla sfida. In effetti *challenge* è il termine usato per indicare le mode virali che si alternano sui social media, soprattutto su TikTok. La dimensione digitale amplifica la tensione tra i soggetti in rete tramite il supporto visuale che ne scaturisce, sembra che la gara sia divenuta la modalità preferita di comunicazione, «una società ipercompetitiva, ivi compreso sul piano della soggettivazione e dell'individuazione»⁸.

Non solo l'antagonismo diviene il canale comunicativo tra gli utenti nella rete, ma anche l'approccio che il soggetto ha nei propri confronti. In effetti, tale cambio di prospettiva nella produzione di immagini ha un riflesso anche all'interno dei processi di soggettivazione, perché

per acquistare autoidentità, il soggetto deve identificarsi con l'altro immaginario, deve alienare se stesso, deve cioè porre la propria identità al di fuori di se stesso, per così dire nell'immagine del suo doppio [...] l'identificazione immaginaria è sempre identificazione *per conto di un certo sguardo nell'Altro [...] per chi* il soggetto recita questo ruolo⁹.

⁷ J.L. Nancy, *Tre saggi sull'immagine*, tr. it. di A. Moscati, Cronopio, Napoli 2018, p. 19.

⁸ F. Chicchi, A. Simone, *Il soggetto imprevisto. Neoliberalizzazione, pandemia e società della prestazione*, Meltemi, Milano 2022, p. 82.

⁹ S. Žižek, *L'oggetto sublime dell'Ideologia*, tr. it. di C. Salzani, Ponte alle Grazie, Milano 2014, pp. 137-138.

Se il compito dell'immaginario è dire cosa il soggetto è per gli altri, la possibilità che l'immaginario virtuale concede al singolo è di presentarsi agli altri come vuole. La competizione è ora tra *me, my self and I*, ma è una rivalità di cui le singolarità sono attivamente artefici ed è un capovolgimento che sovverte la tradizionale strategia del processo di soggettivazione e apre a nuove forme singolari.

I dispositivi digitali incidono profondamente sulla costruzione singolare e la trasformano in una dinamica partecipativa, in cui il soggetto agisce intensamente alla creazione del proprio immaginario e all'elaborazione della propria immagine, perché gli strumenti informatici permettono di scegliere qual è il doppio virtuale che avverte come proprio. Un'elaborazione iconica del proprio doppio che al tempo stesso repentinamente può cambiare. Il soggetto diviene padrone della propria visibilità, grazie al digitale opera nella costruzione della propria immagine e ne sperimenta attivamente la trasformazione. Tramite l'immaginario virtuale, le soggettività esperiscono pienamente come «lo sfasamento dell'individuo in relazione a se stesso è il principio dinamico dell'individuazione»¹⁰.

Le nuove singolarità non sono più il termine passivo di una strategia esterna ed estranea, perché le attuali tecnologie informatiche concedono ai soggetti la possibilità di intervenire nella strategia identitaria:

noi costituiamo la nostra identità vedendoci con gli occhi degli altri, ma ora ciò che gli altri vedono di noi è l'immagine che noi vogliamo presentare, e che spesso è stata elaborata con strumenti software [...] L'utente di queste tecnologie digitali configura attivamente una presentazione del sé, che diventa la base delle osservazioni esterne¹¹.

Ogni cambiamento sociale comporta una trasformazione radicale nella costruzione del soggetto: le tecnologie informatiche contemporanee rendono maggiormente evidenti tali cambiamenti e inoltre incidono più profondamente nella dinamica identitaria, o, ancora di più, innescano dinamiche latenti nelle singolarità. Un nuovo regime di visibilità si è imposto e ha reso chiaro come

tutto il processo della soggettivazione non solo comporta nuovi campi di percezione e di affezione, ma costituisce anche esso stesso un'apertura di potenzialità. Cioè, non risponde specificatamente al tema della spontaneità ma della creatività: la determinazione di qualcosa di nuovo¹².

L'accesso diretto del singolo alla creazione della propria immagine e alla produzione di un proprio immaginario è una dimensione mai sperimentata nella

¹⁰ B. Stiegler, *La società automatica. 1. L'avvenire del lavoro*, tr. it. e cura di S. Baranzoni, I. Pelgreffi, P. Vignola, Meltemi, Milano 2019, p. 50.

¹¹ E. Esposito, *Comunicazione artificiale. Come gli algoritmi producono l'intelligenza sociale*, Bocconi University Press, Milano 2022, p. 98.

¹² G. Deleuze, *La soggettivazione. Corso su Michel Foucault (1985- 1986) / 3*, intr. di G. De Michele, Ombre Corte, Verona 2020, p. 150.

soggettivazione, che è concessa dagli strumenti informatici e dagli spazi digitali ed è un'opportunità che si riverbera necessariamente anche sulla corporeità di cui le singolarità possono esperire i limiti fisici e le potenzialità protesiche fino alla dilatazione dei confini sensoriali in una "realtà-altrove", *augumented reality*, che dona certamente nuove consapevolezze e differenti capacità.

2. *Il corpo utopico*

OnlyFans è un sito nato nel 2016, in cui dai profili si condividono contenuti, soprattutto foto e immagini, a prevalente contenuto erotico o pornografico. Eppure non sono attrici a pubblicare tali contenuti: per lo più sono utenti, intorno ai venti anni, che hanno una concreta percezione della propria fisicità. «Avevo sempre curato il mio corpo e l'ho usato»¹³, afferma una delle più note creator, che riesce a guadagnare più di ventimila euro al mese. Monetizzare non è il solo intento degli utenti del sito, per gli altri è solo uno spazio dove poter liberamente esprimere loro stessi, e in effetti tale piattaforma è un luogo che per molti soggetti serve a esperire differenti forme del sé attraverso la pratica della propria corporeità, «un esercizio di sé su di sé, attraverso cui si cerca di elaborare se stessi, di trasformarsi e di accedere a un certo modo di essere»¹⁴. In effetti la piattaforma non è solo lo spazio per nuove forme di godimento, perché non c'è nessuna possibilità di contatto, ma è uno luogo dove la singolarità con il corpo proprio intraprende nuovi modi e strategie altre per raggiungere delle forme di soddisfazione che non provengano solo dalla relazione materiale.

La ricerca di una propria autenticità attraversa il corpo come un campo, che il singolo impara a gestire con tecniche insolite ma potenti, grazie alle quali lo manipola, lo allena, lo estenua, talvolta lo lacera e lo sfinisce. Tutto ciò comporta una cognizione maggiormente sensibile delle capacità di come «utilizzare il nostro corpo come possibile fonte di una moltitudine di piaceri è una cosa estremamente importante»¹⁵. L'ambiente virtuale e i *tool* informatici divengono quindi il modo per attuare nuovi metodi di conoscenza del sé che poggiano interamente sulle capacità cinestetiche e sull'opportunità di esperirle in maniera totalmente differente. Quello su cui la digitalità permette di operare è la capacità di un approccio più intenso alla propria intimità, al di là della «identità (sessuale) [che] ci limita»¹⁶. Il legame del singolo alla propria fisicità si accentua e quel che si intravede è:

¹³ M. Rovelli, G. Schlaunich, *OnlyFans, le storie dei creator che guadagnano fino a 20mila euro al mese*, in «Corriere della Sera», 21 Dicembre 2022, edizione online.

¹⁴ M. Foucault, *L'etica della cura di sé come pratica della libertà*, in *Estetica dell'esistenza, etica, politica. Archivio Foucault 3*, tr. it. di S. Loriga, Feltrinelli, Milano 2020, pp. 273-294: 274.

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ M. Foucault, *Michel Foucault, un'intervista: il sesso, il potere e la politica dell'identità*, in *Estetica dell'esistenza, etica, politica*, cit., pp. 295-306.

la formazione delle procedure con cui il soggetto è portato a osservare se stesso, a analizzarsi, a decifrarsi, a riconoscersi come ambito di sapere possibile. Si tratta [...] della soggettività, intendendo con questo termine il modo in cui il soggetto fa esperienza di se stesso in un gioco di verità in cui è in rapporto con sé¹⁷.

Al centro c'è solo una fisicità che volontariamente si espone, per potersi meglio esperire, oppure decide di mostrarsi, solo perché prima è avvenuta un'efficace e consapevole cura di sé. Consapevolezza della propria fisicità attraverso la strumentazione informatica e la dimensione virtuale, un luogo inesistente in cui si avvera però l'utopia per il corpo, che

è un grande attore utopico, quando si tratta di maschere, di trucco, di tatuaggio. Comunque la maschera, il tatuaggio, il trucco sono operazioni con cui il corpo viene strappato al proprio e proiettato in un altro [...] è al centro del mondo questo piccolo nucleo utopico a partire dal quale sogno, parlo, procedo, immagino, percepisco le cose al loro posto e anche le nego attraverso il potere infinito delle utopie che immagino¹⁸.

Ovviamente un tale processo non è esente da forme parossistiche, anzi sono proprio le difformità a essere il sintomo concreto che qualcosa è realmente cambiato all'interno del processo di soggettivazione. Infatti, è la forma eccessiva che rappresenta la traccia di indagine, come i corpi palestrati e lucidi, che ingeriscono solo cibi proteici, oppure il fisico gravemente obeso, che continua a rimpinzarsi di grassi e zuccheri, o ancora l'Hot Chip Challenge, cioè la sfida a chi mangia la patatina più piccante al mondo. Così, anche la piena accettazione del dolore o l'esposizione della sofferenza costituiscono la manifestazione estrema di una modalità nuova di connettersi all'intimità del proprio corpo.

Un corpo così facilmente mostrato è possibile che sia però mortificato, talvolta vilipeso, da pratiche distorte di cura di sé eccessive che puntano all'abnorme e all'eccesso, non è un caso che #foodporn sia l'hashtag condiviso in circa 289 milioni di fotografie e da utenti under 35 nel 66% dei casi. A legare tali scatti è una insalubre relazione con il cibo come la ricerca di gusti estremi, o semplicemente l'esposizione di soggetti che si rimpinzano o bevono fino a star male:

quello della divorazione è infatti un tratto tipico del capitalismo contemporaneo: il soggetto è spinto senza freni a divorare [...] tutto quello che è possibile, al fine di reperire una soddisfazione immediata al suo disagio, il problema è che tale modalità di appagamento dissoluta e sfrenata si trasforma presto in una sensazione di mancato appagamento e profonda delusione, innescando in tal modo un pericoloso circolo vizioso e autodistruttivo¹⁹.

Al contempo, l'abnorme uso del corpo in esibizioni spettacolari attrae il *potere* che trova nella matericità del soggetto un luogo idoneo alla pervasività delle proprie forze:

¹⁷ Ivi, pp. 248-252.

¹⁸ Id., *Utopie. Eterotopie*, a cura di A. Moscati, Cronopio, Napoli 2006, pp. 39-43.

¹⁹ F. Chicchi, A. Simone, *Il soggetto imprevisto*, cit., p. 62.

la politica [è] sempre più politica del godimento, della *jouissance*, una politica che riguarda i modi di suscitare, controllare e regolare la *jouissance* (l'aborto, i matrimoni fra gay, il divorzio...)²⁰.

Il corpo diviene la posta in gioco per il potere, il quale si interessa sempre più dei piaceri che gratificano e soddisfano la corporeità del soggetto, e con lusinghe sempre più insistenti cerca di sedurlo. È proprio del potere servirsi di una strategia fatta di strumenti di seduzione, che giocano sulla vanità dei soggetti, dalle creme di bellezza fino alla chirurgia estetica. L'investimento di potere sui corpi dei soggetti non predilige più la repressione e il controllo, bensì promuove delle condotte di autoaffermazione: «pensati libera», come suggerito da una nota influencer. Così, in un movimento scacchistico, i soggetti cercano nelle piattaforme o nelle moderne tecnologie informatiche delle *escape room*, dove imbastire delle tattiche di resistenza differenti, con una serie di rilanci e di contromisure da entrambe le parti.

Conclusioni

Il corpo si specchia e il soggetto riconosce pienamente la figura riflessa, perché ha avuto un ruolo attivo nell'elaborazione grafica. Ogni frame è espressione di un'azione precisa che ha comportato dei tentativi e delle prove di cui il singolo è l'artefice, talvolta con un'attività solitaria altre volte con un'impresa condivisa, fino al compimento di una trasformazione con cui il soggetto mette al centro il proprio corpo e la relativa immagine. Così si accorge che

il mio corpo, infatti, è sempre altrove, è legato a tutti gli altrove del mondo e, in verità, è altrove rispetto al mondo. È, infatti, attorno a lui che le cose si dispongono, è rispetto a lui [...] che ci sono un sopra e un sotto, una destra, una sinistra, un avanti, un indietro, un vicino, un lontano. Il corpo il punto zero del mondo²¹.

Attraverso un'attività diretta e costante sul proprio corpo, i nuovi soggetti elaborano la propria fisicità, la quale diviene il centro dell'interazione, della partecipazione o della sovrapposizione chiasmica tra virtuale e reale. Le soggettività tecnologiche concorrono alla formazione di una corporeità che sovverte pienamente la percezione propria e degli altri e, altresì, cambia radicalmente i propri parametri affettivi ed emotivi. Per ottenere tale risultato i singoli non fanno altro che adottare tutta la strumentazione informatica che hanno a loro disposizione, così i dispositivi tecnologici sono lo strumento per una cura di sé che comporta una mutazione profonda e continua della propria corporeità. Per fare ciò le nuove singolarità devono stravolgere il proprio corpo per modificare la propria immagine, fino a riconoscersi

²⁰ S. Žižek, *Che cos'è l'immaginario*, tr. it. di G. Illarietti, M. Senaldi, Il saggiatore, Milano 2016, p. 10.

²¹ M. Foucault, *Utopie. Eterotopie*, cit., p. 42.

completamente in essa. Una pratica di sé che è estremamente dinamica e coinvolgente e che non si esaurisce nella durata di un video o nel fotogramma di uno scatto, perché è nell'opacità del reale che si trova la possibilità di una virtualità luminosa. Il reale e il virtuale sono legati insieme come sempre, ma mentre la realtà resta sullo sfondo è il virtuale a divenire il *reale* palcoscenico su cui i soggetti si esibiscono. Così, all'interno della dimensione virtuale il corpo diviene il luogo di pratiche di lotta e di emancipazione per i soggetti, ma anche il terreno di un conflitto che coinvolge i soggetti e il potere.

Le singolarità percepiscono che la dimensione digitale è lo spazio di cui appropriarsi, per poter allestire un immaginario che sia il proprio, e non quello preso a prestito da altre generazioni. È il virtuale contemporaneamente luogo e strumento che ha permesso di vedere e di dire, anche attraverso la creazione inevitabile di un nuovo lessico, talvolta preso dal gaming, o l'elaborazione di una fonetica differente, come il parlare in corsivo.

Suoni, immagini, parole e corpi sono l'intreccio chiastico su cui si regge il tentativo delle singolarità di provare a intervenire nel processo di soggettivazione: un'opportunità inaspettata offerta dai media informatici ai soggetti, i quali all'interno della dimensione virtuale provano a sperimentare su di sé la possibilità di una dinamica identitaria senza restrizioni e apparentemente senza limiti.