

## Paolo Fabbri in America Latina. Strategie nel linguaggio<sup>1</sup>

Neyla Graciela Pardo Abril

### 1. Introduzione<sup>2</sup>

Nella prospettiva di Fabbri (1998), la semiotica contemporanea rappresenta un punto di svolta per destrutturare i limiti del segno verbale e proporsi come sistema di conoscenza nell'affrontare il problema della cultura e integrare la spiegazione e l'analisi dei sistemi di segni in relazione, nell'uso e nella loro funzione nella vita contemporanea. La semiotica è la risorsa epistemico- metodologica che consente all'analista di recuperare i processi di significazione culturalmente inquadrati con lo scopo di stabilire come funzionano i vari sistemi di segni, consentendo di affrontare la realtà comunicativa in tutte le sue dimensioni ed espressioni. Questo vuol dire creare un ancoraggio tra i saperi nei diversi ambiti della vita, materializzati in diversi sistemi di segni, il cui scopo è quello di poter sviluppare processi ermeneutici che vadano oltre la descrizione del significato, per poter appropriarsi criticamente di unità di senso nel loro insieme, stabilire finalità comunicative, determinare processi di significazione attraversati dall'affettività o dalla razionalità e dare possibilità all'azione sociale per la trasformazione. In questo saggio si propone un'indagine centrata sulla revisione del pensiero di Paolo Fabbri, per descrivere, analizzare e interpretare le molteplici espressioni segniche, a partire dai principi degli Studi Critici del Discorso Multimodale e Multimediale (SCDMM) raggruppati in diversi sistemi segnici in interrelazione:

La semiotica vuole rendere conto del modo in cui la comunicazione non si limita a trasferire rappresentazioni, ma a trasformare i soggetti, per esempio, apportando nuove informazioni e quindi operando una trasformazione sul piano cognitivo e non limitandosi solo ad uno scambio di rappresentazioni. Esistono, per la semiotica, però, anche altri tipi di trasformazioni, non solo del sapere, che sono trasformazioni di competenza molto forte. Esistono trasformazioni di competenze del tipo modale: dovere, potere, volere. [...] oggi la semiotica pensa alla percezione come percezione simultanea di messaggi multimodali, e quindi il problema della significazione dei testi non è riducibile alla somma dei tipi di testi, ma si deve partire dalla complessità dei testi e poi vedere che ruolo giocano i segni che provengono da sostanze diverse e quindi da modalità diverse (Fabbri 2000).

In questo senso, il disvelamento del significato implica riconoscere che la complessità segnica del discorso crea relazioni semantico-pragmatiche che danno luogo alla presenza di strategie discorsive, cioè, di giochi di sistemi di segni al servizio di scopi ed interessi comunicativi. Il carattere strategico del discorso si configura soprattutto attraverso atti di significato espressi in unità discorsive complesse, che ne consentono l'analisi e l'interpretazione; il discorso collega la realtà con i suoi attori, azioni, spazi, tempi e assiologie. Il carattere strategico deriva dall'insieme delle possibilità e potenzialità per poter stabilire una relazione con l'alterità, che consente di mostrare all'altro, un modo di percepire il mondo o, in un'altra prospettiva, di nascondere la realtà nella rappresentazione o di simularla, in modo che possa orientare i comportamenti sociali, facendo del processo di interazione comunicativa un campo di manovra (Fabbri 1998):

---

<sup>1</sup> Revisione linguistica del testo a cura di Caterina Ruta [N.d.R.].

<sup>2</sup> Ringrazio Gianfranco Marrone per la sua generosità nel permettermi di avere un accesso privilegiato alla Biblioteca Paolo Fabbri della città di Palermo. A lui e tutto il suo gruppo di ricerca il mio riconoscimento.

[...] se proviamo a definire meglio queste armi semiotiche, vediamo che esse concernono soprattutto il campo, non dell'agire in senso stretto, ma della trasformazione e deviazione di questo agire: dallo spingere a fare o a non fare (manipolazione) all'impedire di fare (dissuasione), all'obbligare a fare (costrizione), alla seduzione (intesa come un mostrare di essere in un certo modo, affinché l'altro faccia qualcosa), e così via (Fabbri e Montanari 2004).

Le costruzioni strategiche si basano su risorse semiotiche, la cui strutturazione è inquadrata nel condizionamento della cultura in cui le unità discorsive vengono prodotte e interpretate. Tra queste risorse semiotico-discorsive ci sono, tra gli altri, figure come metafore, unità retoriche, indicatori di modalizzazione, configurazioni estetiche, indicatori emotivi, costruzione del conflitto. Queste risorse e strategie sono di ordine semantico-pragmatico, in quanto espressioni in uso, che influenzano e consentono di affrontare la dimensione culturale e ideologica del discorso.

Ovviamente non è pensabile analizzare un dato pensiero di tipo strategico, o una data condotta strategica di azione senza tener conto della cultura che l'ha prodotta. Tuttavia, come abbiamo visto sopra, per l'approccio semiotico non si tratta di dare per scontato il contesto o l'ambito socio-culturale, pensando che da quest'ultimo si possa far derivare una data concezione di azione o di strategia. Semmai si tratta, al contrario, di analizzare una condotta o concezione strategica per ricavarne la cultura o una "visione del mondo" soggiacenti (Fabbri e Montanari 2004).

La teoria semiotico-discorsiva consente, nell'ambito dell'analisi strategica del discorso, oltre a individuare i diversi sistemi di segni e le loro forme di linguaggio in uso, di affrontare le diverse istanze della comunicazione nelle sue diverse espressioni e materializzazioni, di rendere espliciti i diversi media, modi e generi che consentono l'interazione e di sviluppare la connessione cognizione-discorso-società (van Dijk 2014), per riconoscere dai tessuti segnici e dalle circostanze della comunicazione, come procede l'approccio ai determinanti storico-sociali, alle loro assiologie e alle implicazioni culturali che costituiscono l'unità discorsiva.

Data la natura massmediatica del discorso contemporaneo, si capisce che le molteplici forme di espressione che costituiscono l'azione comunicativa umana sono dispositivi che mantengono e regolano i sistemi e le comunità sociopolitiche, attraverso le interazioni trasformative del fare individuale e collettivo. In questo quadro, il discorso si costruisce strategicamente, attraverso risorse che si concretizzano in tessuti segnici che persuadono e gestiscono le forme di essere e di percepire le relazioni sociali, attraverso la costruzione della violenza, delle esclusioni, della legittimazione delle ingiustizie, tra le altre forme di controllo e riproduzione egemonica degli esercizi di potere.

La teoria semiotica contemporanea contribuisce a spiegare i processi di significato distribuiti dai mass media e con la capacità di raggiungere tutte le espressioni segniche, le multiculturalità con le loro collocazioni negli spazi-territori, e nelle temporalità più diverse. In questa linea, l'applicazione del pensiero di Fabbri al discorso dei mass media e multimodale acquisisce senso e arricchisce l'epistemologia dell'ECDMM, nel cui asse si trovano i tessuti dei sistemi di segni.

Non è un caso che il suo campo di ricerca fosse totalizzante, trasversale al linguaggio come alle arti, alla comunicazione come alla filosofia e alla sociologia. E non è un caso che i contributi di Fabbri attraversino i campi del cinema, dei fumetti, dei tatuaggi, degli zombie, delle parolacce, degli oggetti, della scienza (Bonanno 2021).

## **2. Remix e mashup nella configurazione strategica di alto livello e complessità nel discorso multimodale e multimediale**

L'analisi delle strategie discorsive nel discorso multimodale e multimediale implica ancorare la riflessione in una prospettiva interdisciplinare per gestire alcuni principi che ci permettono di comprendere come nel discorso massmediale contemporaneo le strategie si costruiscono a diversi livelli di complessità. Esso è caratterizzato dall'essere multimodale per il suo intrecciare sistemi visivi e segnici: verbale, immagini, grafici, colori, forme e suoni; segni verbali, musicali, naturali, acustici, percettivi come le consistenze ed i sistemi di segni olfattivi e gustativi, tra gli altri. È anche multimediale,

in quanto ne implica la progettazione, produzione e socializzazione attraverso dispositivi tecnico-digitali, in questo caso tipici di Internet. Interessa cioè, l'interazione comunicativa su piattaforme di social media, piattaforme informative, piattaforme transazionali o di altro tipo, in cui si articolano tecniche digitali e non digitali per condividere e distribuire unità discorsive come notizie, video, immagini, beni di consumo, ecc., che contribuiscono alla produzione di modalità di accesso alla conoscenza collettiva, progettate con uno scopo persuasivo, ovvero di trasformare i modi di conoscere e di procedere nella vita sociale. Si appropriano di macro strategie, strategie e risorse semiotico-discorsive che conferiscono al discorso un carattere trasversale, poiché coinvolge diversi ambiti della vita sociale rappresentata. Pertanto, l'analista riconosce i discorsi d'odio ancorati a problemi sociali come la mobilità umana forzata, la discriminazione di genere, etnica o politica, e così via; la rappresentazione spettacolarizzata dei principali conflitti sociali; la costruzione del nemico; o legittimazione-delegittimazione attorno ai problemi sociopolitici e culturali, il cui asse è l'alterità discorsiva.

In questo quadro, interessa, in primo luogo, riconoscere come le macro strategie, le strategie e le risorse digitali semiotico-discorsive e tecniche si costruiscono nella costruzione dei discorsi contemporanei; in secondo luogo, esaminare e verificare come l'intertestualità e il carattere multimodale e multimediale del discorso contribuiscono al processo di produzione e socializzazione discorsiva. Si appropriano di macro strategie, strategie di medio livello e risorse in grado di produrre e distribuire fenomeni ancorati nella comunicazione contemporanea come la polarizzazione, spettacolarizzazione, legittimazione-delegittimazione, retorica persuasiva, e tante altre, capaci di esprimere discriminazione, odio, emarginazione e altre espressioni destrutturanti del tessuto sociale; si adotta il potenziale umano per articolare reti di significati centrate su diversi sistemi di segni. Allo stesso tempo, il sistema tecnologico digitale consente e migliora la circolazione delle idee e della conoscenza attraverso molteplici piattaforme accessibili a diversi mass media, contribuendo alla trasformazione socio-normativa, alle assiologie, agli atteggiamenti e alla convivenza dei gruppi umani, non soltanto nel mondo interattivo digitale, ma pure nei comportamenti e nei rituali di gruppi umani situati spaziotemporalmente.

Data la centralità dei sistemi di segni nella costruzione del discorso e nella loro correlazione tecnico-digitale nel processo di progettazione, produzione e interpretazione, si assume ipoteticamente l'approccio di Fabbri (2012) per poter articolare il doppio carattere discorsivo di ordine semiotico e tecnologico ancorato a due macro-strategie: il *remix*, più focalizzato sulla concettualizzazione discorsiva distribuita attraverso strutture segniche, e il *mashup* che articola risorse tecnologiche allo scopo della costruzione del significato. Il *remix* ci consente di avvicinarci analiticamente all'insieme di unità concettuali che si appropriano di strategie e risorse per formulare una discorsività digitale, dando il via alla negoziazione interattiva tra i diversi attori coinvolti nell'attività comunicativa. In questo processo, significati e sensi vengono permanentemente riformulati e ricostruiti riguardo alla realtà rappresentata nel discorso.

Nel processo di ri-mediatizzazione, lo scopo comunicativo può essere alterato, modificandone parzialmente o totalmente il genere e lo stile, con l'obiettivo di generare una nuova interpretazione. Le operazioni di trasformazione semantico-pragmatica consentono la formulazione di nuove espressioni, il cui carattere ricontestualizzato può contribuire allo sviluppo di nuove estetiche e di vari tipi di interazione socio-discorsiva. Il *remix* potenzia nuove rappresentazioni e incide sui processi di percezione che i diversi attori sociali sviluppano, e dà il via alla formulazione di nuove relazioni identitarie. In questo senso, il *remix* può riconfigurare e trasgredire parametri stabiliti per costruire forme di resistenza sociale. In quanto processo di coproduzione, il *remix* è una macro strategia attraverso la quale è realizzabile la creazione di nuova conoscenza, la configurazione di sistemi di idee alternative e la riformulazione e riorganizzazione di esercizi di potere, articolati con principi dialogici e polifonici. In questa prospettiva, il *remix* supera i limiti o i confini nella produzione e interpretazione discorsiva, che possono portare, in due modi, all'emancipazione o all'assoggettamento; alla riflessione critica o alla banalità. Questo effetto trasformativo delle idee potrebbe essere pensato in termini di ripolitizzazione, dando origine a proposte alternative all'ordine costituito o al suo mantenimento (De Bruin-Molé 2021).

La natura creativa e produttiva del *remix* deriva dal potenziale della macro strategia per produrre nuove

forme di appropriazione del sapere attraverso il genere e lo stile, e dalla sua capacità di garantire l'appropriazione della diversità dei sistemi di segni che si sono stabilizzati nelle culture (Kuhn 2021). Come macro-strategia, quindi, impone l'organizzazione e l'uso di una nuova retorica che gestisca forme di ragionamento argomentativo ed emotivo per potenziare i significati nelle espressioni comunicative multimodali e multimediali. A questo punto, il *remix* e il *mashup* sono interconnessi poiché amplificano la capacità di accesso e utilizzo di strumenti tecnico-digitali e socio-comunicativi, gestendo nuove agentività nei processi di produzione discorsiva contemporanea.

Il *mashup* può essere concettualizzato come la macro-strategia che potenzia la mistura di diverse materialità sia di ordine simbolico che di risorse tecnologiche; è un processo progettuale e produttivo che mette in tensione le materialità adeguate alla trasformazione dell'unità discorsiva che si intende creare e distribuire. Il *mashup* garantisce l'apparizione di un terzo nel processo di miscelazione che scompone la somma delle parti. In questa prospettiva, il *mashup* combina dati provenienti da due o più fonti per creare una nuova unità di significato e di senso che ricerca forme di innovazione, inserendo tanto o meno risorse tecnico-digitali nel processo. Gunkel (2015) illustra il fenomeno attraverso operazioni in cui, ad esempio, tracce strumentali vengono sovrapposte per costruire una nuova versione musicale. Le tecnologie digitali creano una rottura con i modi di essere e di percepire il mondo, gli spazi digitali costituiscono nuove esperienze percettive che, ad esempio, per l'arte genera domande etiche non solo sul suo potenziale creativo, ma anche sulla creazione d'autore. Epstein et al (2020) sottolineano la necessità di legiferare, per lo scenario digitale, in tutti gli aspetti della vita socioculturale in una prospettiva etica ampia, per la vita e la convivenza umana attraversata dalla produzione di Intelligenza Artificiale (IA) e dall'uso delle tecnologie digitali, per consolidare il loro carattere potenzialmente equo e inclusivo per tutti gli esseri umani. Questo fenomeno e le sue operazioni tecniche e segniche può essere trasferito alle risorse segniche quando nella cultura contemporanea le unità discorsive vengono costruite ricorrendo al bricolage, in questo caso più focalizzato sulle risorse segniche.

Le strategie che compongono il *mashup* sono caratterizzate dall'utilizzo di dispositivi tecnico-digitali per la trasformazione di due o più materiali provenienti da fonti diverse che vengono decostruiti e trasformati in un nuovo discorso diverso dall'originale. Il bricolage è caratterizzato dall'elaborazione di una nuova unità semiotico-discorsiva attraverso residui o brani di altri discorsi, che acquistano un nuovo significato. Il bricolage condivide risorse con il collage, che è caratterizzato dall'unire o incollare unità complete o frammenti per creare un'opera, il cui significato presuppone normalmente una rappresentazione critica della società (Dusi 2012). Tra le risorse ci sono la sovrapposizione o giustapposizione di elementi, la fusione tra loro, l'uso del copia e incolla e l'uso delle *patch*, tecniche che vengono utilizzate sia in campo analogico che digitale.

Il gap di parallasse come strategia di *mashup* è stato caratterizzato in linea di principio da Žižek (2006), il quale sottolinea che esso consiste in qualsiasi discorso in cui si verificano combinazioni tra discorsi apparentemente opposti. Questo divario tra i punti di vista, anziché risolversi dialetticamente, consente di rendere visibili e conciliare concetti opposti. Tra le risorse di questa strategia, Gunkel (2015) descrive il cortocircuito come una pratica critica e calcolata in cui due discorsi, normalmente della cultura popolare, si incontrano inaspettatamente, riconoscendosi l'uno alla luce dell'altro, e producendo un effetto scioccante. Altre risorse importanti sono il meme, inteso come la pratica diffusa di creare prendendo frammenti di diverse opere esistenti e creando un'unità concettuale con lo scopo di rendere virale un tipo di sapere intertestuale; il riciclaggio come "articolazione di materiali preesistenti estratti da altre fonti o di oggetti sonori, audiovisivi o multimediali, di cui formavano parte integrante" (López Cano 2010, p. 172); e la sincronizzazione, che consiste nell'ottimizzare un discorso per inserirlo in un altro, cercando però di far sì che rimanga il più inalterato possibile.

Nel *mashup* ci sono anche altre strategie condivise con il *remix*, come il campionamento o la spettacolarizzazione. Il campionamento consiste nell'isolare analiticamente elementi di una composizione, come i suoni di un brano musicale, attraverso un processo tecnico-fisico, per essere riutilizzati in una composizione diversa, creando un'allusione, una citazione o una reinterpretazione del materiale originale (McLeod e Di Cola 2011).

### 3. Le strategie discorsive di “meso e micro livello” nell’interrelazione segnica

Le strategie discorsive sono piani per la costruzione di significato, create per scopi comunicativi Kwon, Clark e Wodak (2014) esplicitano il carattere intenzionale, determinato dall’habitus e dalle disposizioni interiorizzate (Bourdieu 1979), che vengono specificate nelle unità discorsive, che si propongono per raggiungere obiettivi sociali, economici, politici, culturali o psicologici, tra gli altri, si tratta di scopi comunicativi, capaci di modificare azioni, emozioni e posizionamenti cognitivi, sia in persone o gruppi. Si progettano, producono e interpretano i tessuti segnici per influenzare la vita sociale, ordinando e gerarchizzando gli interessi attraverso le unità discorsive che strutturano e organizzano modi di rappresentare la realtà socializzata e appropriata nell’interazione comunicativa, mediata o meno. Questo modo di intendere le strategie discorsive mostra la correlazione che si formula tra il potenziale dei sistemi di segni in relazioni complesse per creare significati e sensi ancorati alle condizioni socio-storiche e culturali in cui sono prodotti e interpretati nell’unità discorsiva, i modi su come avere accesso all’attività comunicativa e agli esercizi di potere.

L’azione comunicativa analizzata nella sua natura strategica consente di recuperare almeno tre livelli di ordine semantico-pragmatico, che possono essere considerati in gradi di complessità. In primo luogo vengono esaminate le macro strategie costruite con reti di strategie di livello meso e risorse semiotico-discorsive di livello micro che garantiscono nel e con il tessuto segnico la struttura delle strategie; nel frattempo, le risorse provengono dalla costruzione formulata e incarnata nella congiunzione di sistemi semiotici o dalle congiunzioni imposte da un particolare sistema. In secondo luogo, vengono passate in rassegna alcune strategie o risorse di livello meso e micro, al fine di dimostrare il modo in cui viene compreso il processo costruttivo e ricorsivo coinvolto nella produzione discorsiva. Vengono concettualizzate solo alcune strategie discorsive di livello meso e definite alcune risorse semiotico-discorsive coinvolte.

Per legittimazione o delegittimazione si intende un’azione attraverso la quale gli interlocutori, spesso associati a luoghi di esercizio del potere, propongono di costruire e socializzare i discorsi come modi efficaci per mantenere o trasformare credenze, conoscenze e atteggiamenti con un impatto sull’azione sociale del collettivo umano o del soggetto su cui vengono esercitate forme di controllo sociale. Gli interlocutori che producono discorsi legittimanti o delegittimanti si appropriano e utilizzano la strategia come risorsa gestibile per raggiungere scopi e servire interessi, dandole un’esistenza discorsiva, che ha implicazioni di ordine sociale generalmente in relazione al carattere di istituzione sociopolitica, economica, religiosa o culturale. Come ogni fenomeno discorsivo, l’uso delle strategie influenza l’azione sociale e cognitiva di coloro che sono gli interlocutori interpretanti e gli attori a cui la strategia è diretta.

“La costruzione della legittimità e dell’autorità è il risultato di una complessa strategia discorsiva” (Fabbri e Marcarino 2020, p. 23). Questo approccio fondamentale della semiotica contemporanea mostra che l’attività comunicativa comporta “interazioni semiotiche” che permettono di recuperare la componente strategica del discorso, da cui è possibile comprendere l’insieme delle relazioni di significazione e uso che rendono conto dell’esercizio del potere. Il discorso che rappresenta esercizi di potere può essere costruito con finalità persuasive, per cui è possibile decifrare risorse per manipolare, sedurre e convincere; gli autori spiegano due fattori fondamentali del fenomeno della legittimità, che nella prospettiva di Fabbri è incentrato sull’“autorità” e sul “carisma”. Ciò spiega perché i rapporti di potere non sono diretti o hanno la stessa direzione, legittimazione – delegittimazione, quindi la legittimazione si spiega nelle espressioni discorsive che permettono di riconoscere i diversi modi di orientarsi o di opporsi e di resistere al rapporto che si impone con l’alterità.

La legittimazione-delegittimazione mira a soddisfare, o meno, gli interessi propri degli interlocutori, implicando la percezione che essi siano d’accordo con le norme di comportamento appropriate per il gruppo sociale a cui si rivolge, tenendo conto o meno dei fattori identitari che definiscono gli interlocutori socialmente, cioè nel contesto. Van Leeuwen (2007) include risorse semiotico-discorsive come l’autorizzazione-autorità, la valutazione morale, la razionalizzazione e la mitopoiesi o narrativizzazione. L’autorizzazione implica un riferimento o un’allusione a una forma di autorità che possiede un ruolo o uno status che garantisce potere e determina la validità della conoscenza o delle



credenze socializzate. Da un lato, l'autorità interpellata può essere un personaggio pubblico o considerato un esperto; o, d'altro canto, la tradizione culturale viene utilizzata come fonte di legittimazione-delegittimazione, implicando l'interiorizzazione o la naturalizzazione di un tipo di pratiche sociali, che non sono destinate ad essere modificate. La valutazione morale è legata all'uso di attribuzioni e designazioni che hanno un carattere assiologico determinato intersoggettivamente; così vengono attivati quadri cognitivi su ciò che è inteso come positivo o negativo all'interno di una cultura, stabilendo ciò che è considerato desiderabile e buono oppure no. Questa risorsa ha al suo centro un carattere metaforico-analogico, dato che in molti casi questo tipo di legittimazione-delegittimazione avviene intorno a situazioni ipotetiche o attorno a concetti.

La razionalizzazione, da parte sua, implica convalidare un sistema di azione o di decisione sulla base del fatto che abbia una base logica o che abbia un alto grado di accettabilità; principalmente, questa risorsa è orientata all'utilizzo di giudizi focalizzati sui fini o sul loro carattere teleologico, che assumono come principio o misurano il grado di efficacia potenziale di un modo di procedere nella realtà sociale. In alcuni casi, questo tipo di legittimazione-delegittimazione è tautologica, cioè qualcosa si giustifica a partire da sé stessa, oppure fa appello anche al cosiddetto "buon senso". La mitopoiesi o narrativizzazione si riferisce all'uso delle narrazioni come forme di spiegazione-interpretazione, basate o meno sulle proprie storie, che normalmente fanno appello a eventi di esperienza, allegorie o storie già socialmente stabilizzate. L'obiettivo è rendere l'interlocutore consapevole dei rischi o dei benefici derivanti da determinati comportamenti o modi di fare le cose nel mondo. Tutte queste forme di legittimazione-delegittimazione, sono determinate come sottolineato da Berger e Luckmann (1968), in una certa misura, istituzionalmente o da quadri normativi sociali che condizionano l'agenzia del singolo individuo, il quale però, a sua volta, come suggerisce Van Leeuwen (2007) ha il potenziale di adottare molteplici sistemi di segni connessi per attuare il carattere strategico proposto; attraverso questa relazione vengono utilizzate risorse come la metafora o la metonimia multimodale. Seguendo Forceville (2016), la metafora multimodale è intesa come una risorsa semiotico-discorsiva, di ordine prevalentemente visivo, che include nella coesistenza il sistema verbale, l'immagine ed eventualmente il colore, il suono o altri sistemi di segni. Come ogni metafora, mette in relazione due o più campi di rappresentazione della vita sociale o naturale; la sua interpretazione deriva dalla conoscenza semantico-pragmatica e dalla relazione complementare che si stabilisce culturalmente tra cognizione, creazione e idiosincrasia, collegando il sistema sensoriale nel processo interpretativo.

La polarizzazione è la strategia che esprime o riproduce espressioni di conflitto o tensioni sociali (Van Dijk 2023), la polarizzazione è costruita e rappresentata come distinzioni basate sulla capacità di accumulare o disporre di capitale economico, sul possesso di principi morali appropriati e culturalmente stabilizzati e sull'appropriazione di rituali sociali consolidati e accettati nel quadro degli ideali neoliberalisti che includono la capacità e lo sviluppo dell'"imprenditorialità", dell'"autogestione" e della "leadership". Seguendo i ragionamenti di Bourdieu (2001), la polarizzazione collega la concentrazione di pratiche culturali (o capitale culturale) ed è associata alla concentrazione di ricchezza (capitale economico) in comunità generalmente minoritarie in un gruppo sociale, che sono percepite come "élite" (capitale sociale).

Le élite socio-economiche, politiche e culturali, da un lato, si assumono come creatori e distributori di contenuti dei mass media; e dall'altro, le persone che storicamente sono state private di voce nel proprio spazio socioculturale, non hanno ignorato l'importanza dei social network come agenti di cambiamento, percepiti come spazio di equità e di esercizio più orizzontale dei diritti. Fabbri (2018) sottolinea a questo proposito che, in alcune società, i social network sono diventati una piattaforma per notizie false e propaganda, dando origine e promuovendo sistematicamente voci, ideologie e messaggi dirompenti, con il potenziale di alterare l'impegno nei confronti della società, il rispetto dell'alterità e il senso etico-morale che si impone alla convivenza e alla funzione sociale di informare, togliendo il senso democratico della partecipazione, cercando di determinare nei cittadini un modo particolare e unico di pensare e di agire nella vita collettiva. Sedda e Demuru (2018) sottolineano quanto segue: "Come può apparire segno di civismo la continua polarizzazione online delle posizioni politiche, nutrita di provocazioni, dileggi, insulti, piuttosto che il conflitto regolato, l'ascolto dell'altro, la capacità di sintesi tra la pluralità dei punti di vista che dovrebbe essere il sale delle società democratiche

mature?” (p. 131).

Nella sua prospettiva, un punto centrale in questa questione riguarda gli studi linguistici, ma in modo nucleare la semiotica da cui è possibile riconoscere “il rapporto tra forme di espressione e forme di contenuto” per poter spiegare, ad esempio, nel discorso, la trasformazione dei suoi linguaggi – sistemi e tessuti segnici – come si esprime e cosa trasforma nell’uso dei suoi valori e del suo senso di efficacia. La teoria normativa della comunicazione postula che le discussioni deliberative sono questioni fondamentali per la convivenza sociale, quindi le discussioni di natura aperta, etica e rispettosa sono destinate alla comprensione collettiva; ma rileva senz’altro che la prevalenza di inciviltà online, stereotipi, indicatori di esclusione o discriminatori che potenzialmente costruiscono polarizzazione, possono ostacolare le deliberazioni.

In questo quadro, si presuppone che la costruzione e la consacrazione delle élite contemporanee polarizzi e instauri la sensazione che gli “altri” siano scarsamente integrati e privi di sufficiente capitale economico, culturale e sociale, essendo responsabili di fenomeni quali la povertà, la disoccupazione o la criminalità (Holmqvist 2017). L’analisi indica che nelle distinzioni, secondo Bourdieu (2001), il capitale culturale oggettivato si concretizza in oggetti esterni al corpo, in modo che l’accesso possa essere facilmente trasmesso da una persona all’altra, attraverso lo scambio di oggetti di valore, aumentando lo status e la legittimità dei suoi proprietari. Il capitale culturale istituzionalizzato è la qualifica formale o adesione, che conferisce al suo titolare uno status garantito da un’istituzione riconosciuta; e il capitale culturale incarnato impone e sviluppa rituali socio-corporei, attraverso i quali si esprime l’identità. Il paradosso è che proprio dal capitale si impongono forme di polarizzazione discorsiva e, in generale, tutte le espressioni di abuso e di negazione dei diritti.

La polarizzazione si spiega non solo nella costruzione della rappresentazione che le élite fanno di sé stesse come gruppi separati e isolati dal gruppo sociale, ma anche nella formulazione dei modelli di vita che costruiscono e adattano per stabilire la non appartenenza attraverso i luoghi e i modi di abitare il territorio, i loro modi di percorrerlo, a cui si aggiunge la rappresentazione che sono politici e influencer con un alto posto sociale e morale, motivo per cui devono essere assunti come modelli dalla comunità in cui vivono. La “polarizzazione”, quindi, è concepita e sviluppata nella rappresentazione sociale della superiorità di una minoranza o élite e, nel senso della subordinazione che viene imposta alla maggioranza. Il sistema neoliberista avanzato ha approfittato di questo sviluppo socio-economico e culturale, per installare ideologie come l’individualismo e l’isolamento come fonte di successo incentrate sulla proiezione di immagini di persone autonome e autosufficienti con capacità imprenditoriale e potere economico, un fenomeno di cui le ideologie neoliberali approfittano per approfondire le espressioni di polarizzazione.

La polarizzazione si esprime quando in una cultura o in un gruppo sociale alcuni dei suoi membri cercano di difendere la propria immagine e i propri punti di vista e, per farlo, entrano in conflitto concettuale con altri che hanno una visione diversa della realtà e, in alcuni casi, anche diametralmente opposta, raggiungendo livelli di aggressività tali da superare la manifestazione discorsiva e orientare azioni sociali capaci di danneggiare quella estranea alterità. Questa strategia utilizza risorse retoriche che fanno appello al carattere sia razionale che emotivo dell’essere umano; la differenza con altri meccanismi di persuasione è che, in questo caso, non mira all’adesione dell’avversario, ma piuttosto ad approfondire le lacune nell’interazione sociale. In questo senso, si può pensare che la polarizzazione, più che un risultato o un stato risultante dal confronto sociale, sia un processo in cui le divergenze, espresse discorsivamente, si radicalizzano fino a diventare inconciliabili, o fonte nella spiegazione di determinare espressioni di violenza strutturali.

Questa strategia semiotico-discorsiva può essere osservata in due dimensioni: ideologica e affettiva. La polarizzazione ideologica si riferisce alla divergenza in termini rappresentativi tra gruppi, determinata istituzionalmente, che normalmente implica lo scontro tra idee o sistemi di valori storicamente ancorati. In molti casi, questo fenomeno è dovuto a un’eccessiva semplificazione, in cui la complessità umana viene deliberatamente nascosta, riducendola a principi minimi, che si traducono in una situazione “noi vs. Loro” (McCoy et. al 2018). In questo tipo di polarizzazione, le strutture cognitive svolgono un ruolo determinante, poiché i saperi, le credenze e le opinioni costituiscono la base fondamentale per la costruzione della comprensione sociale; a queste strutture si affiancano quelle di

carattere sociopolitico che permettono di amplificare e diffondere modi di intendere la realtà, portandoli nella sfera pubblica. La polarizzazione ideologica è caratterizzata anche dal fatto che i discorsi ignorano o elidono la natura intersezionale dell'identità, gerarchizzando ed evidenziando solo una o poche caratteristiche che vengono presentate come determinanti. Genere, etnia, età e territorio sono rappresentati come tratti chiave, attraverso i quali viene incanalato il contrasto con altri individui o gruppi.

La polarizzazione affettiva, dal canto suo, si riferisce a quella dimensione del fenomeno in cui l'atteggiamento dei soggetti sociali verso il mondo è determinato più dalle emozioni e dai sentimenti che su una base concettuale. Affrontare questo aspetto aiuta a rendere l'analisi della polarizzazione più complessa e profonda, poiché si basa sull'idea che non tutti i tipi di retorica- argomentativa si basano sulla razionalità comunicativa e che i marcatori emotivi costituiscono una parte centrale della costruzione discorsiva.

Questo tipo di polarizzazione permette di comprendere la relazione psico- biologica che si instaura quando si verifica una reazione emotiva, e come questa determini comportamenti umani come il rifiuto o l'esclusione, la cui materializzazione è fisiologica. Autori come Druckman *et al* (2021) studiano, ad esempio, come fattori come lo spirito collettivo aiutano a consolidare le posizioni dei partiti. I risultati mostrano che l'affiliazione al gruppo è altamente motivata emotivamente e che questa forma di identificazione innesca forti reazioni, ad esempio l'aggressività, generalmente associate a marcatori emotivi negativi. Questo tipo di polarizzazione è decisiva poiché influenza i livelli individuali e collettivi di convivenza sociale, consentendo comportamenti associati all'odio o all'esclusione nella vita quotidiana. La maggiore percezione della presenza di polarizzazione avviene perché le tecnologie e la comunicazione digitale hanno reso il fenomeno più esteso, mentre discorsi e propaganda multimodali e multimediali circolano quotidianamente sulle piattaforme, promuovendo atteggiamenti più radicali o estremi. Le espressioni emotive possono essere definite in termini di opposizione tra valori positivi come la gradevolezza e il calore, e quelli di natura negativa come il dispiacere e la freddezza, implicando nella loro costruzione un senso di distanza sociale e l'assegnazione di tratti valutativi che possono variare da animosità verso l'affetto incondizionato.

Tra le risorse che si esplicitano nei processi di polarizzazione discorsiva sono frequenti: il *camouflage*, noi vs. loro, pregiudizi, stereotipi, stigmatizzazione, congetture e informazioni false o inesatte o segretezza, tra gli altri. Il *camouflage* è una risorsa semiotica discorsiva che crea un senso di occultamento nel processo interpretativo per gestire significati che consentono di proporre elisioni percettive capaci di creare un senso di somiglianza con un altro referente; oggetto, essere o processo. Il *camouflage* colpisce i sistemi di rappresentazione, recuperando un qualcosa, dove si struttura la distorsione di ciò a cui si fa riferimento, amplificando il focus della produzione per poter socializzare e rappresentare la convivenza dell'Io e dell'Altro, che manovrano sotto le forze installate nel senso dell'invisibilità, il travestimento o l'intimidazione (Fabbri 2012). Il *camouflage* è generalmente interpretato come una strategia di comunicazione ingannevole formulata attraverso l'antagonismo e la belligeranza.

Il *camouflage* come risorsa, nella progettazione e costruzione del discorso, è servito a ingannare e minimizzare fenomeni e idee di valore socio-politico e culturale fra altri ambiti della vita sociale, trasformando le percezioni di una comunità sulla sua realtà, gestendo i punti di vista diversi che portano ad azioni sociali adattate agli interessi che sostengono le relazioni di potere predominanti.

Nella comunicazione contemporanea, il *camouflage* ha lo scopo di costruire narrazioni che propongono una realtà sociale normalizzata, basata sul presupposto che i membri del gruppo sociale conoscano i fattori che determinano la propria esistenza; in questo senso, il *camouflage* serve a nascondere i conflitti e le loro conseguenze, tra cui la destabilizzazione dei governi e delle loro politiche. La comunicazione politica globalizzata crea un falso senso di fiducia che garantisce l'occultamento dei problemi più strutturali della società. In questo modo, al soggetto mancano i criteri per stabilire un collegamento diretto con la propria esistenza sociale. Secondo Tsoutas (2015, p. 11): "possiamo essere sicuri che qualsiasi realtà è nascosta dietro un *camouflage* di verità costruite che devono essere credute e di realtà che devono essere viste".

Il *camouflage* nel discorso, prevalentemente dei mass media, rende invisibile ed elimina la capacità di una comunità di riconoscere le conseguenze sociali economiche e culturali che derivano dalla natura



performativa del discorso, un caso rilevante nel discorso contemporaneo. In tal modo, fenomeni sociali come la guerra, il razzismo, la costruzione del nemico e l'estraniamento dell'alterità, considerata al di fuori del concetto di "noi", sono situazioni umane spogliate dell'assiologia, della moralità e dell'etica che lascerebbero il posto a una riflessione su ciò che è tollerabile o meno per una società. Il *camouflage* oscura o scompare, rende trasparenti o impercettibili le conseguenze reali di azioni politiche come la guerra, la migrazione forzata, il controllo biopolitico o la cartolarizzazione. Il *camouflage* fornisce una risorsa capace di garantire che le azioni illegittime e non etiche nell'esercizio del potere e nella sua rappresentazione discorsiva siano percepite come ragionevoli o sostanzialmente tollerabili e che si raggiungano alcuni livelli di consenso tra i gruppi sociali coinvolti dall'azione comunicativa. In questa linea di pensiero Fabbri (in Migliore 2012, p. 110) sottolinea: "il *camouflage* è il luogo di una differenza tra il modo di essere del potere e il modo di essere del dovere". Ma il segno è fatto per restare segreto; anche il volto schietto è una maschera.

Una risorsa connessa al *camouflage* discorsivo è la segretezza, che consiste nell'occultamento e nella mobilitazione delle informazioni, alterando la relazione tra gli attori che contribuiscono alla sua configurazione. Il segreto, pensato collettivamente, è inteso come un patto sociale in cui le parti accettano la sua non rivelazione come strumento di dipendenza ed esclusione di chi non partecipa a questa ritualità. In questo senso, il possesso del segreto e la possibilità di rivelarlo costituisce una forma di controllo che si modifica entrando in un incrocio di interessi e ambizioni che gli conferisce valore speculativo.

Il segreto diventa un'entità mutevole dove il beneficio e il costo del suo possesso cambiano, poiché si intreccia con altri segreti o questi vengono scoperti. Il segreto, di per sé, implica che la verità sarà sempre un simulacro, cioè che non si raggiungerà uno stato in cui tutte le informazioni siano disponibili per tutti gli attori, rendendo la comunicazione un gioco tra il visibile e l'invisibile. In esso tutti hanno un certo grado di ignoranza, ma a turno gli attori sono consapevoli del loro stato e sono anche capaci di stabilire accordi, benché sappiano che l'altro mantiene il segreto. Nella comunicazione, dove viene enfatizzata la preservazione del ruolo e dello status sociale, ciò che spesso viene espresso e fatto proprio è l'apparenza e la segretezza come meccanismo di controllo; in questa prospettiva, la segretezza opera come una risorsa di mitigazione e preservazione, piuttosto che mezzo per cercare di attaccare o mettere a rischio l'altro; infatti, il segreto può essere percepito dalla persona che lo custodisce come un modo per evitare che qualcun altro subisca danni o sofferenze.

Nella costruzione strategica del discorso, quindi, le finalità comunicative articolate ad interessi servono a configurare forme di coesione sociale o, al contrario, possono distruggerla quando l'interlocutore ritiene che il possesso del segreto, da parte dell'altro, trasgredisce un grado di fedeltà e di fiducia o decostruisce il patto.

La risorsa semiotica della segretezza, nel contesto dei conflitti, costituisce, analogicamente, un'"arma" che garantisce che i gruppi coinvolti possano essere eliminati, paralizzati o uniti in un'azione strategica. Il segreto, in quanto potenziale risorsa semiotico-discorsiva, che si materializza con la rivelazione, e il cui significato è presente e assente allo stesso tempo, ha la sua forza retorica nella sua permanenza spaziotemporale, in questo modo la sua forza e valore discorsivo è più potente e forte quando rimane nascosto, custodito e reso invisibile e codificato per il gruppo sociale coinvolto. Nel discorso, nascondere o rendere invisibile la verità è una parte fondamentale dell'interazione sociale, quando si stabilisce che rivelare può generare un costo per le parti coinvolte; oppure trasformare il linguaggio in un pezzo semioticamente criptico in modo che possa essere una risorsa con efficacia persuasiva. In campo economico e di mercato, la segretezza è rilevante quando si possiedono informazioni senza dividerle, che costituiscono un bene importante che può essere negoziato o usufruito. Il segreto articolato al mondo della produzione può addirittura trasformarsi in un bene di consumo o in un bene da valorizzare.

Fabbri (1995) mostra che il segreto è un'azione strategica in movimento, dove si scopre qualcosa di più dell'oggetto e quando viene scoperto si muove. La sua ontologia è quindi un livello di analisi secondario, che raggiunge il suo vero valore semiotico comunicativo quando se ne scopre la forza retorica e la capacità persuasiva. Si tratta di spiegare la complessità del fenomeno e l'interdipendenza che ha con altre risorse come la menzogna, la verità e dissuasione. Il segreto si costituisce, in questo

modo, più in un continuum che in un evento che si sposta e si muove permanentemente, man mano che avviene la sua controparte, ovvero, la rivelazione. La rivelazione è anche tattica, il cui valore è orientativo, specifico e con una finalità concreta, come avviene nel mondo scientifico, dove il segreto è custodito e viene comunicato soltanto il risultato finale.

Altre risorse semiotico-discorsive di cui la polarizzazione discorsiva si appropria sono i pregiudizi e gli stereotipi. I primi si esprimono in credenze o opinioni create intersoggettivamente riguardo a gruppi sociali esogeni con i quali esistono divergenze in termini politici o identitari. I pregiudizi non sempre portano a concezioni negative dell'“altro”, ma normalmente gestiscono relazioni di gerarchia e disuguaglianza sociale, la cui base deriva da rappresentazioni socializzate istituzionalmente che rispondono agli interessi dei gruppi d'élite. Gli stereotipi sono un tipo di risorsa sociocognitiva che consente la produzione di punti di vista e forme di interazione tra gruppi, basati su una riduzione o semplificazione del processo di rappresentazione della realtà. Sono una costruzione intersoggettiva che influenza la percezione dei gruppi riguardo ai loro modi di essere-fare e determinano anche il modo in cui l'alterità viene osservata e trattata.

Una risorsa semiotica discorsiva che può contribuire alla costruzione del camouflage e della segretezza è la manipolazione, che consiste nella gestione del contesto socio-comunicativo per indurre un tipo di azione o interpretazione nell'altro. Fabbri (2020) sottolinea che la manipolazione è fondamentale nel discorso soprattutto per ottenere una sorta di legittimità e autorità. A questo proposito il significato viene alterato, soprattutto in termini della modalità, il che significa che il grado di efficacia discorsiva è stabilito a partire dalla conoscenza, dalle norme, dall'assiologia e dalle emozioni. I diversi gradi di verità che l'azione ricerca, implica una modalizzazione con lo scopo di influenzare i gradi di adesione e identificazione dell'altro, riducendo i gradi di distanza sociale, per questo coinvolge cognitivamente ed emotivamente nelle finalità comunicative le motivazioni degli interlocutori. Il processo di manipolazione coinvolto, sebbene presupponga un certo grado di disuguaglianza gerarchica per esistere, stabilisce un certo grado di cooperazione, che va oltre la possibile coercizione fisica o simbolica. In questo modo il valore retorico si formula in termini di seduzione o di fiducia, che non deve necessariamente rispondere ad atti logici, ma si colloca nel carattere emotivo-strumentale, rafforzando i gradi di perlocuzione, come quando si cerca di raggiungere compassione o empatia. Fabbri (2018) afferma che una chiave del successo della manipolazione consiste nel far conoscere il luogo in cui si impone la retorica-argomentativa, attraverso la quale si esprimono gli scopi comunicativi. In questa direzione, la manipolazione passa non solo dal controllo del potere e della conoscenza, ma anche dalla comunicazione del volere, del dovere e del credere, che permettono di creare nell'interlocutore o nell'alterità un certo impegno con l'essere-fare sociale.

Fabbri (2018) rivela che la manipolazione nei mass media non si basa su un determinismo del potere assoluto dei media, ma piuttosto sulle relazioni umane e narrative che si instaurano tra gli interlocutori, che si amplificano in modo indeterminato, soprattutto nel mondo digitale contemporaneo. Dal suo punto di vista, due elementi chiave in questa relazione sono gli aspetti mitici e rituali inerenti alla manipolazione, e che vanno oltre il discorso stesso. La mitologia si riferisce alle forme di pensiero che sono al servizio della risoluzione

delle contraddizioni reali sul piano dell'immaginario individuale e collettivo, attraverso la creazione di simboli; i media, in questo senso, manipolano omogeneizzando le espressioni ideologiche, basandosi su mitologie e valori antichi o conservatori per ribadire e formulare un modo di sapere e di fare sociale. Nel rito la conoscenza si organizza nello spazio socio-culturale coinvolto, garantendo forme di viralizzazione che consistono in ripetizioni sistematiche di breve durata che esercitano una presunta continuità sul significato e cercano di “autorizzare” i contenuti banali e superflui che vengono formulati: a questo proposito Fabbri (2021, p. 16): si chiede: che rapporto esiste realmente tra le voci-virus che si diffondono in presenza, si diffondono endemicamente, e i media che se ne sono informati e distorti?

La spettacolarizzazione è la strategia con cui si costruisce una messa in scena della realtà, con l'obiettivo di contribuire alla cultura dell'intrattenimento e alla logica mercantile della progettazione, produzione e distribuzione dell'informazione (Debord 1995). La realtà sociale e naturale viene sostituita da un mondo artificiale, in cui lo spettatore ha solo una funzione contemplativa. Lo

spettacolo, soprattutto di natura mediatica, è costruito attraverso la simulazione e la falsificazione, che include la falsa illusione della partecipazione dei cittadini attraverso piattaforme e la creazione di mondi immaginari in cui il potenziale di azione è infinito. Tra gli usi semiotico-discorsivi che rendono possibile lo spettacolo c'è la costruzione dell'iperrealtà ancorata alla formulazione del simulacro, intesa come costruzione di una forma vuota della realtà, priva di significazione, provocando la sua smaterializzazione e dissoluzione (Baudrillard 1978): l'essere umano c'è, ma non è allo stesso tempo nello stesso spazio-tempo; Il *camouflage*, come risorsa, stabilisce l'elaborazione dell'apparente per rendere visibili-invisibili i fenomeni socio-discorsivi, prodotti attraverso forme di mimetismo, isomorfismo e uniformizzazione (Pardo 2017) e la cui funzione sociale si articola nella distorsione della rappresentazione e del significato con scopi estetici, ma anche come forma di dissuasione, soprattutto in contesti di conflitto (Fabbri 2012); e la risemantizzazione, che implica la modificazione degli effetti di significato di una pratica discorsiva, mediata dalla sua trasformazione dalle diverse modalità semiotiche e dalla messa in scena di quel discorso in altri contesti e co-testi. Questa risorsa implica che un'unità semiotico-discorsiva venga spostata dalla sua situazione originaria di produzione e interpretazione a un'altra in cui subisce alterazioni semantiche e pragmatiche. La risemantizzazione, ancorata allo spettacolo, è messa al servizio della modificazione del contesto sociopolitico da parte dei gruppi dominanti per soddisfare i loro interessi e bisogni.

La spettacolarizzazione, costruita in modo multimodale e multimediale, nella società contemporanea è messa al servizio del consumo di contenuti riguardanti disastri sociopolitici e naturali, sui quali la società assume un ruolo passivo senza

apparentemente avere il controllo sulla sua trasformazione o mitigazione: l'interlocutore è testimone di fenomeni come la violenza o la morte, sperando di non essere colpito. In altri casi, lo spettacolo mediatico prevede la formulazione di azioni sociali individuali o collettive, ma non per la cooperazione e la risoluzione dei problemi, ma piuttosto per perseguire lo smantellamento della convivenza sociale e la generazione di conflitti tra le comunità, in modo che le élite economiche e politiche possano intervenire nelle decisioni dei cittadini.

Secondo Baudrillard (1978), la simulazione è il fulcro della spettacolarizzazione, questa risorsa semiotica discorsiva è caratterizzata dal fatto che deriva dalla reticenza del modello che lo precede, di tutti i modelli, riguardo al più piccolo dei fatti, alla presenza del modello è precedente e la sua diffusione si propone globalizzata e virale, si costituisce un attrattore potenzialmente infinito dell'evento. In questo modo gli eventi non hanno una traiettoria propria, ma si verificano all'intersezione dei modelli di un singolo evento, o frammento del fatto sociale, il quale può essere riprodotto da tutti i modelli contemporaneamente. Questa anticipazione è ciò che dà luogo a interpretazioni molteplici, anche contraddittorie, tutte con pretesa di verità, nel senso che la loro verità consiste nel fondersi o scambiarsi, a immagine e somiglianza dei modelli che le precedono, in un ciclo generalizzato. La perdita del riferimento originario o della norma sociale fa sì che qualsiasi discorso possa avere l'apparenza della verità, se la sua forma di circolazione consente una moltiplicazione programmata o una viralizzazione. La simulazione non implica casualità e spesso mira a una struttura di manipolazione ordinata. Crea rapporti di uniformità, per cui la costante ed effettiva viralizzazione dei discorsi dà luogo a caratteristiche uniformi ed a un'identificazione immediata con presupposti assunti come logici e stabili.

Entriamo in un mondo strategico, in cui gli interessi sono contrastanti e la presentazione della realtà è un simulacro o, in altre parole, una rappresentazione fittizia della verità. Ecco perché in una situazione di conflitto è essenziale la costruzione di simulazioni efficaci: se ci credi, l'altro ha vinto (Fabbri 2018).

In Fabbri (2019), la verità su eventi polarizzati dove è evidente la violenza strutturale come la guerra, oppure nella polarizzazione discorsiva, la simulazione è costruita all'interno del conflitto, che, nella comunicazione contemporanea, si esprime in termini di post-verità. "La post-verità, come le fake news, fanno parte di un programma di disinformazione ed è quel fenomeno che dovremmo analizzare. Si propone pertanto un'esplorazione della natura strategica del linguaggio umano nella comunicazione contemporanea. In questo senso è rilevante riconoscere l'incidenza della simulazione, che secondo i termini di Baudrillard (1978, p. 43), "è infinitamente più potente poiché ci permette sempre di supporre, al di là del suo oggetto,

che l'ordine e la legge stessi potrebbero molto bene non essere altro che simulazione”.

L'immagine propone un'organizzazione gerarchica, in correlazioni diverse e dinamiche di quello che può essere uno schema dei diversi livelli e delle correlazioni tra strategie e risorse semiotico-discorsive.

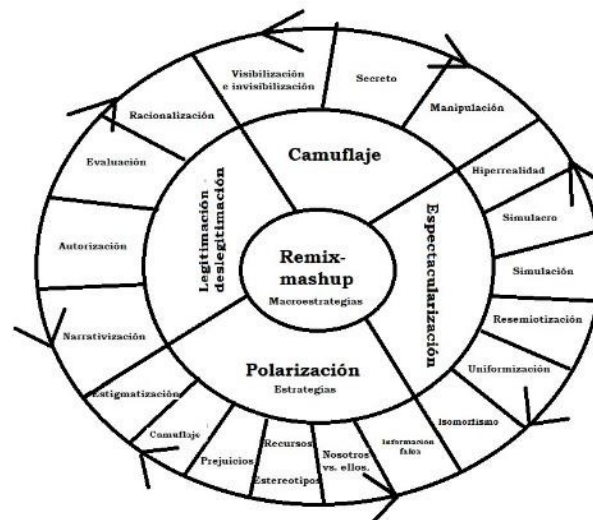


Fig. 1

#### 4. Le strategie e la costruzione della disinformazione

Nell'era della disinformazione, le conseguenze negative e dannose per la società richiedono che gli analisti del discorso rendano esplicite, in una prospettiva critica, le strategie e le risorse che nelle diverse relazioni contribuiscono a costruire la disinformazione. Seguendo gli approcci di Fabbri (1985), la disinformazione procede come una forma di falsità, gestendo attraverso strategie semiotico-discorsive, forme di progettazione, produzione, interpretazione ed effetti discorsivi che incidono sulla vita sociale. La disinformazione è un processo di costruzione discorsiva, che include risorse come la manipolazione e l'inganno, con lo scopo di incidere sull'emotività, determinando stati psicologici, capaci di disturbare i comportamenti e gli atteggiamenti dei cittadini.

L'inganno è un'azione comunicativa il cui scopo è creare, o generare una credenza dalla falsa rappresentazione di un evento o fenomeno, tentando di installare una comprensione non evidente o verificabile, per la quale si appropriano strategie e risorse semiotiche discorsive che impediscono facilmente all'interlocutore di identificare informazioni false; a questo scopo, il produttore e creatore di informazione ingannevole si appropria, tra le altre strategie, il *remix-mashup*, la spettacolarizzazione-simulazione; polarizzazione- *camouflage* o manipolazione, falsa retorica, marcatori emotivi o attribuzione di forme di ingrandimento o banalità di ciò che è rappresentato nel quadro di un'interazione comunicativa.

Chadwick e Stanyer (2022) hanno esplorato la connessione tra disinformazione e inganno. Per gli autori, identificare le relazioni tra intenzionalità, processi e risultati consente una spiegazione più sistematica tra questi due fenomeni. L'inganno si verifica quando si può dimostrare empiricamente che l'intenzione di ingannare porta all'adozione di false credenze, in seguito alle interazioni tra ingannatori e ingannati in contesti specifici. In questo quadro, si propone che la disinformazione nell'era digitale circoli ampiamente nei media, integri varie modalità o sistemi di segni e che, quindi, il suo impatto sociale attraverso i discorsi digitali abbia reso la creazione, l'uso e la distribuzione della disinformazione esponenziale, senza controllo etico e morale. Eliminando la responsabilità sociale; questo fenomeno, che raggiunge forme di sistematicità, ha eliminato l'affidabilità del cittadino nei mass media e nei discorsi in campi come la politica o le notizie su fenomeni di interesse locale-globale come il cambiamento climatico, la guerra o altri campi della vita contemporanea. Wardle e Derakhshan (2017)

sottolineano come le 'fake news', così come gli articoli e le note pseudo-giornalistiche diffuse su Internet, abbiano trasformato la disinformazione in un problema prevalentemente discorsivo, che coinvolge le macro-strategie di remix-mashup e strategie e risorse di varia natura, che mettono in relazione la progettazione dell'unità discorsiva.

Il degrado socio-comunicativo provocato dall'informazione che circola in modo multimodale e multimediale attraverso la rete, è il risultato di pratiche in cui essa viene decontestualizzata: ci si appropria di risorse e strategie, si manipola la materia segnica di ordine visivo-grafico, visivo-verbale e sonoro con lo scopo di ingannare gli interlocutori. Questo ci permette di recuperare l'importante differenza tra informazione sbagliata e disinformazione. Vraga e Bode (2020) mostrano come l'informazione sbagliata possa includere unità di significazione falsa che non sono state intenzionalmente progettate per costituire un inganno. La disinformazione, quindi, include lo scopo di costruire un fatto o un fenomeno falso che, se manipolato, tenta di rendere invisibile la natura intenzionale dell'inganno. Quest'ultimo tipo di unità discorsive sono facilmente recuperabili nei discorsi mimetici, immagini tagliate, falsi dati spaziotemporali, trattamenti tecnici sull'immagine per modificare il senso della sua rappresentazione, rimaneggiamenti, rallentamenti del suono, riconfezionamenti, composizioni e ricomposizioni, gerarchie, cancellazioni, aggiunte, integrazioni e deformazioni tra altre risorse semiotiche discorsive e tecnologiche per proporre nuovi significati articolati allo scopo di ingannare.

Per quanto riguarda il dibattito più contemporaneo sulla disinformazione, per Fabbri significato e senso superano il carattere intrinseco del segno e il suo tessuto complesso nel discorso; si tratta di una costruzione e rielaborazione permanente, che comprende la negoziazione dei saperi, delle spaziotemporalità nelle interazioni in un dibattito costruttivo e sempre rinnovato dei significati e sensi nelle comunità socio-storicamente definite:

Da questo punto di vista, ciò che conta è che i segni utilizzati siano, non veri o falsi, ma efficaci. Ciò che conta è la credibilità del simulacro offerto all'altro, i movimenti interattivi e i regimi di credenza e di sospetto che essi innescano (Fabbri in Migliore 2008, p. 92).

Sensi e significati implicano scambi, alleanze, tensioni e pratiche dove convivono azioni e razionalità socio-comunicative tipiche della contemporaneità. In questo contesto, una massiccia disinformazione ha saturato l'infosfera in cui il trasferimento infinito di segni rende possibile la circolazione nei media di "trappole linguistiche, insinuazioni maliziose, coercizione, argomenti ingannevoli, doppi discorsi e narrative nascoste" (Fabbri 2004, p. 65), che rendono conto dell'appropriazione di un numero infinito di risorse e strategie retorico-discorsive che contribuiscono "alla distorsione e distruzione massiccia dell'informazione digitale".

La costruzione e distribuzione di unità discorsive dall'aspetto realistico capaci di inserire idee, concetti e rappresentazioni false nei mass media contemporanei, consente all'interlocutore mass mediatico di esacerbare tutta la sua capacità emotiva di fronte a qualcosa che in realtà è una 'fake news' o che rappresenta un evento sociale inesistente che può avere o meno ancoraggio in un altro evento, la cui realtà è fonte di una serie di atti nella vita quotidiana di una società, attraverso cui ciò viene "informato" per ingannare o diffondere false idee.

In questo caso, la questione è riuscire a esplicitare l'incidenza di questo tipo di conoscenza condivisa e pubblica che crea una certa credibilità per un interlocutore potenzialmente incapace di scoprire l'insieme delle strategie coinvolte in questo processo di creazione discorsiva. In questo senso, la conoscenza e l'approfondimento del funzionamento delle strategie semiotico-discorsive può diventare uno strumento che renda possibile il riconoscimento di quell'efficienza di cui parla Fabbri, che costituisce una minaccia per la convivenza sociale nella misura in cui crea atteggiamenti, mette a dura prova le emotività, stabilizza idee false o imprecise che creano sfiducia generalizzata tra i membri di una comunità.

Nella teoria multimodale e multimediale, il processo di destrutturazione dell'informazione in notizie false dovrebbe servire affinché la ricerca contemporanea assuma i discorsi nella loro integralità segnica così che, quando si propone la scoperta delle strategie discorsive coinvolte nella costruzione di questa tipologia di informazione, l'analista è in grado di dimostrare sistematicamente il tipo di disinformazione che si costruisce attraverso un processo di verifica empirica. Ciò include che si mostri come tali



informazioni possano essere appropriate per l'efficacia che caratterizza l'oggetto di studio, per l'obiettivo di costruire una conoscenza articolata secondo una logica razionale ed etica, in modo che la ricerca contribuisca a formulare alternative, socialmente ancorate, capaci di orientare l'interlocutore a prendere decisioni in una prospettiva che affronti interessi comuni come la difesa della dignità e il benessere degli esseri umani.

## 5. Conclusioni

I contributi di Paolo Fabbri destinati all'America Latina sono molteplici e diversificati; in questa riflessione preliminare sono stati affrontati due aspetti, nella nostra prospettiva, rilevanti e attuali. Da un lato, la natura strategica del linguaggio umano, fenomeno che abbiamo cercato di affrontare e organizzare attraverso strategie semiotico-discorsive in livelli e correlazioni focalizzate sulle sue funzioni semantico-pragmatiche. In primo luogo, nella ricerca di riconoscere come le macrostrategie, le strategie e le risorse digitali semiotico-discorsive e tecniche sono costruite e messe in relazione nella costruzione dei discorsi contemporanei. In secondo luogo, viene verificato ed esaminato come il processo di produzione e socializzazione discorsiva si appropria di macrostrategie, strategie e risorse di livello medio, e risorse capaci di produrre e distribuire fenomeni ancorati nella comunicazione contemporanea quali la spettacolarizzazione-simulazione-polarizzazione, la legittimazione-delegittimazione, la retorica persuasiva. Queste strategie e risorse sono capaci di esprimere tutte le forme di esclusione o emarginazione utilizzando in modo funzionale unità discorsive che distruggono il tessuto sociale, simulate come questioni banali, giocose o divertenti e con elevate cariche emotive. Allo stesso tempo si appropriano di molteplici piattaforme che raggiungono vari mass media, contribuendo alla trasformazione socio-normativa, alle assiologie, agli atteggiamenti e alla convivenza dei gruppi umani, non solo nel mondo interattivo digitale, ma nei comportamenti e nei rituali dei gruppi umani situati storicamente e spaziotemporalmente.

La disinformazione è affrontata come espressione socioculturale e politica, che apre strade per ricerche future che ci consentano di analizzare e spiegare la prevalenza e gli effetti che derivano dall'esposizione a informazioni inaccurate, incomplete, ingannevoli o dannose al fine di espandere l'indagine nella comunicazione contemporanea, in una prospettiva interdisciplinare per riconoscere nel discorso dei mass media il ruolo svolto dalla disinformazione, dalle 'fake news' o dai diversi livelli di distorsione dell'informazione nella società contemporanea. Il mondo digitale è diventato uno spazio in cui prevalgono informazioni false, informazioni che creano condizionamenti emotivi negativi come la paura, la diffusione di idee capaci di promuovere odio e discriminazione all'interno di specifici gruppi umani, fenomeni che gli studi del linguaggio non hanno sufficientemente assunto dalle unità discorsive nel loro carattere multisegnico e multimediale.

L'approccio al pensiero di Paolo Fabbri in America Latina ha permesso di dimensionare il tipo di ricerca necessaria per contribuire alla destrutturazione delle forme che si sono imposte attraverso la disinformazione, la falsità e l'inganno. Il primo punto rilevante per assumere questo compito include il riconoscimento multimodale del discorso e la sua inevitabile articolazione alle risorse tecnologico-digitali. Una prima ipotesi di lavoro potrebbe essere la costruzione di disegni sperimentali applicati a unità discorsive autentiche per affrontarle in tutte le loro dimensioni segniche, scalando i diversi livelli di complessità proposti dai mass media contemporanei. Strumenti tecnici come l'*eye tracking* essere utilizzati per rilevare i livelli di attenzione; il modulo sensore di conducibilità elettrica della pelle per misurare i gradi di emotività e l'elettroencefalografo per riconoscere l'attività elettrica del cervello e rilevare risposte emotive nel processo di appropriazione delle unità discorsive.

## Bibliografia

- Baudrillard, J., 1978, *Cultura y simulacro*, Barcellona, Kairos.
- Berger, P. L., Luckmann, T., 1968, *La costruzione sociale della realtà*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Bonanno, M., 2021, “Recensione a *Biglietti d’invito. Per una semiotica marcata* di Paolo Fabbri”, [www.sololibri.net/Biglietti-invito-semiotica-marcata-Fabbri.html](http://www.sololibri.net/Biglietti-invito-semiotica-marcata-Fabbri.html).
- Bourdieu, P., 1979, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit; trad. it. *La distinzione*, Bologna, Il Mulino.
- Bourdieu, P., 2001, *Poder, derecho y clases sociales*, Bilbao, Desclee de Brouwer.
- de Bruin-Molé, M. (2021), “Monster theory 2.0: remix, the digital humanities, and the limits of transgression”, in E. Navas, O. Gallagher e x. burrough, a cura, *The Routledge Handbook of Remix Studies and Digital Humanities*, New York, Routledge, pp. 109-124.
- Cano, R. L., 2010, “La vita in copie. Breve cartografia del riciclo musicale digitale”, in *Lettera LIS. Immagine. Suono. Città mediatizzata*, n. 5, pp. 171-185.
- Chadwick, A., Stanyer, J., 2022, “Deception as a bridging concept in the study of disinformation, misinformation, and misperceptions: Toward a holistic framework”, in *Communication Theory*, 32(1), pp. 1-24.
- Druckman, J. N., Klar, S., Krupnikov, Y., Levendusky, M., Ryan, J. B., 2021, “Affective polarization, local contexts and public opinion in America”, *Nature human behaviour*, n. 5(1) pp. 28-38.
- Debord, G., 1995, *La sociedad de lo espectáculo*, Santiago del Cile, Naufragio.
- Dusi, N., 2012, “Cinema fai da te, cinema remix”, in *Rivista occidentale*, n. 370, pp. 12-18.
- Epstein, Z., et al., 2020, “Art and the science of generative AI”, in *Science*, n. 6650, v. 380. [www.science.org/doi/10.1126/science.adh4451](http://www.science.org/doi/10.1126/science.adh4451).
- Fabbri, P., 1995, *Táticas de los signos*, Barcellona, Gedisa.
- Fabbri, P., 1998, *La svolta semiotica*, Roma, Laterza, nuova ed. La Nave di Teseo, Milano 2023.
- Fabbri, P., 2000, “L’estesia e la comunicazione di Paolo Fabbri”, intervista a Paolo Fabbri, [www.paolofabbri.it/interviste/estesia\\_comunicazione/](http://www.paolofabbri.it/interviste/estesia_comunicazione/).
- Fabbri, P., 2004, *Segni del tempo*, Roma, Meltemi, nuova ed. Meltemi, Milano 2022.
- Fabbri, P., 2012, “Semiotica e camouflage”, in *deSignis*, n. 20, pp. 37-43.
- Fabbri, P., 2018, “La prima vittima della guerra è la verità”, intervista a Paolo Fabbri, [www.paolofabbri.it/interviste/primer\\_vittima\\_guerra/](http://www.paolofabbri.it/interviste/primer_vittima_guerra/).
- Fabbri, P., 2021, *Biglietti d’invito. Per una semiotica marcata*, Milano, Bompiani.
- Fabbri, P., Marcarino, A., 2020, “Il discorso politico”, in *deSignis*, n. 33, pp. 23-36.
- Fabbri, P., Montanari, F., 2004, “Per una semiotica della comunicazione strategica”, in *E|C – rivista online dell’Associazione Italiana per gli Studi Semiotici*, [www.ec-aiss.it](http://www.ec-aiss.it).
- Forceville, C., 2016, “Pictorial and Multimodal Metaphor”, in N. M Klug, H. Stöckl, a cura, *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*, Berlin, De Gruyter Mouton, pp. 241-260.
- Gunkel, D.J., 2016, *Of Remixology: Ethics and Aesthetics After Remix*, Massachusetts, MIT Press.
- Holmqvist, M., 2017, *Leader Communities: The Consecration of Elites in Djursholm*, New York, Columbia University Press.
- Kuhn, V., 2021, “Production Plus Consumption”, in E. Navas, O. Gallagher, x. burrough, a cura, *The Routledge Handbook of Remix Studies and Digital Humanities*, New York, Routledge, pp. 70-79.
- Kwon, W., Clarke, I., Wodak, R., 2014, “Micro-Level Discursive Strategies for Constructing Shared Views around Strategic Issues in Team Meetings”, in *Journal of management studies*, 51 (2), pp. 265-290.
- McCoy, J., Rahman, T., Somer, M., 2018, “Polarization and the Global Crisis of Democracy: Common Patterns, Dynamics, and Pernicious Consequences for Democratic Polities”, in *American Behavioral Scientist*, n. 62(1), pp. 16-42.
- McLeod, K., DiCola, P., 2011, *Creative License: The Law and Culture of Digital Sampling*, Durham, Duke University Press.
- Migliore, T., 2008, “Paolo Fabbri: strategie di mimetizzazione”, in *Rivista occidentale*, n. 330, pp. 89-110.
- Pardo Abril, N., 2017, *Aproximación al despojo en Colombia*, Bogotá, Università Nazionale della Colombia.
- Tsoutas, N., 2015, “Camouflage seems to be the only game in town”, in A. Elias, N. Tsoutas, *Culture del camouflage: oltre l’arte della scomparsa*, pp. 8-13.
- Van Dijk, T., 2014, *Discourse and Knowledge. A Sociocognitive Approach*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Van Dijk, T., 2023, “(Anti)Racist Discourse”, in P. Gee, M. Handford, a cura, *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*, London, Routledge, pp. 244-260.
- Van Leeuwen, T., 2007, “Legitimation in discourse and communication”, in *Discourse & Communication*, n. 1 (1), pp. 91-112.
- Wardle, C., Derakhshan, H., 2017, *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, [https://tverezo.info/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018- Report-](https://tverezo.info/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-)



desinformation-A4-BAT.pdf.

Vraga, E.K., Bode, L., 2020, "Correction as a Solution for Health Misinformation on Social Media", in *Am J Public Health*, 110(S3), pp. 278- 280.

Žižek, S., 2006, *The Parallax View*, Massachusetts, MIT Press; trad. it. *La visione di parallasse*, Genova, Il Nuovo Melangolo 2013.