

L'AUTUNNO DEL POP E L'EQUIVOCO ESTETICO.

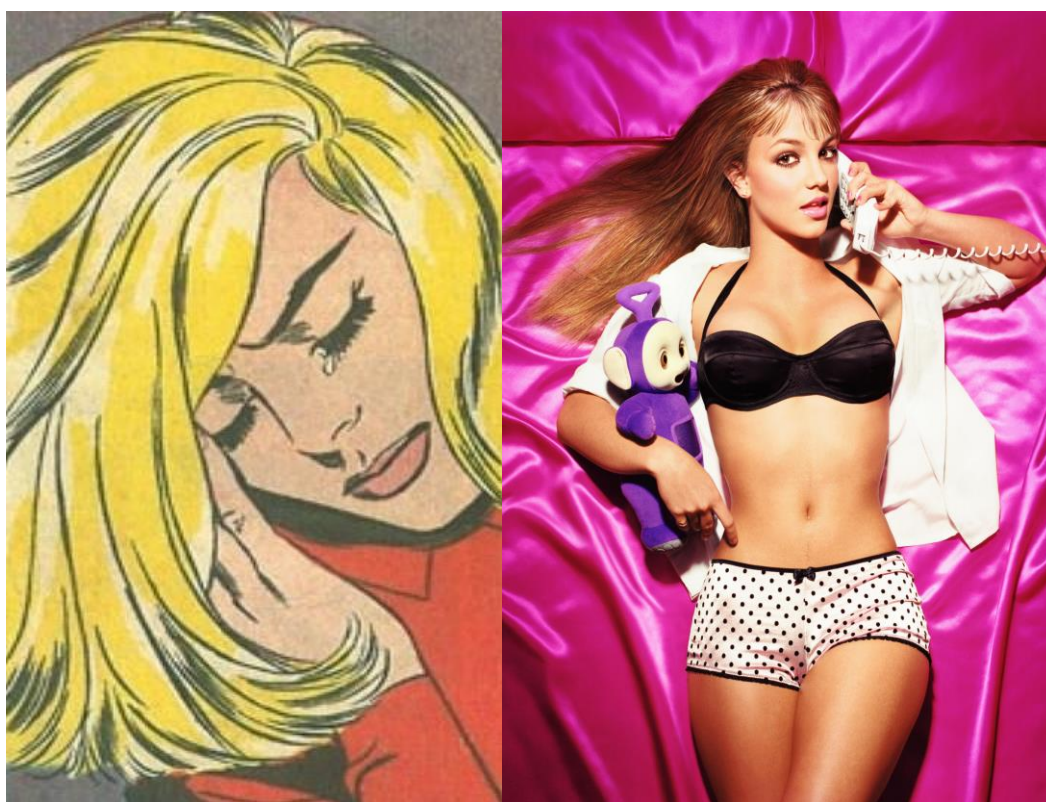
BRITNEY SPEARS AT THE EDGE OF TIME: 1999–2008

di Lorenzo Marras

Parte II

LEARNING FROM BRITNEY.

THE DE-DEFINITION OF POP, THE POIESIS OF POSSIBLE AND THE RISE OF THE «VANISHING MEDIUM».



«We live in a moment of history where change is so speeded up that we begin to see the present only when it is already disappearing».

R. D. Laing, *The Politics of Experience* (1967)¹

*Le immagini in copertina sono, a sinistra Source Panel of *Sleeping Girl* by [Roy Lichtenstein](#) (*Girls' Romances*, 105, [DC National Comics](#), 1964, particolare); a sinistra Britney Spears, *shooting* per la copertina di Rolling Stone del 15/05/1999.

¹ R. D. Laing, *The Politics of Experience*, Ballantine Books, New York, 1968, p. xi. Notiamo di sfuggita che questa celebre affermazione di Laing, contenuta nell'introduzione, non è presente in tutte le edizioni dell'opera, che riportano una versione leggermente diversa della stessa introduzione dove questo passaggio ed altri sono mancanti, probabilmente frutto di una qualche revisione (come, ad esempio quelle che riportano il titolo *The Politics of Experience and The Bird of Paradise*, od anche la traduzione italiana del 1968 per i tipi di Feltrinelli).

«Nell'arte classica l'informazione era imprigionata, era bloccata e non si poteva cambiare l'immagine guardandola. Per la prima volta, con l'immagine virtuale l'informazione non è imprigionata, o bloccata. Quello che significa virtuale è che l'immagine è immagazzinata ma è anche fluida. L'informazione immagazzinata virtualmente si può cambiare continuamente; l'immagine diventa un campo di variabili. Non è un campo di variabili statico, ma dinamico: è un sistema dinamico di variabili. Questo si può definire la virtualità dell'informazione immagazzinata».

[P. Weibel, *Nuovi sguardi e*](#)

[nuove immagini del mondo, 1995](#)

«I'm Miss American Dream, since I was seventeen/Don't matter if I step on the scene, or sneak away to the Philippines/They still gon' put pictures of my derriere in the magazine. You want a piece of me? (You want a piece of me?)/ I'm Miss Bad Media Karma/ Another day, another drama/Guess I can't see the harm in workin' and bein' a mama/ And with a kid on my arm, I'm still an exceptional earner/ You want a piece of me?»

B. Spears, *Piece of Me*, Blackout, 2007

«The first step toward securing my freedom was for people to begin to understand that I was still a real person – and I knew that I could do that by sharing more of my life on social media».

B. Spears, *The Woman in Me*, 2023²

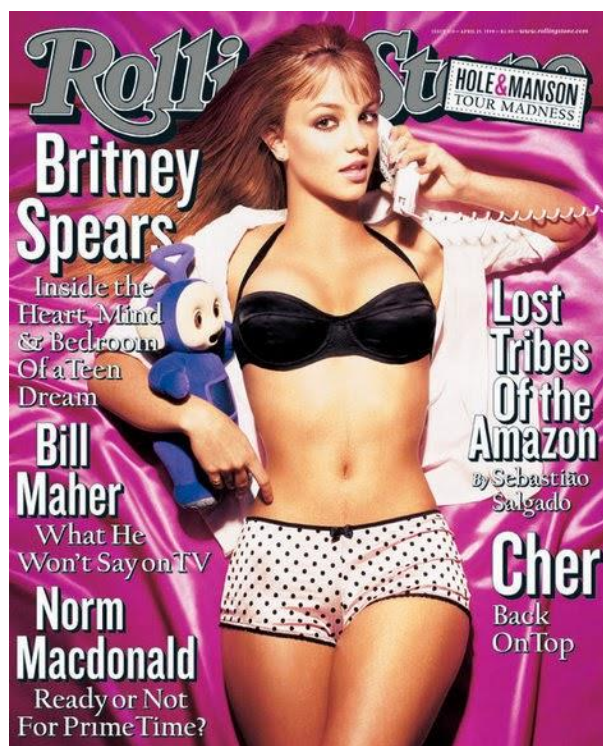
«The era of Britney was EVERYTHING. every single person on earth knew who she was. She set the standard for an entire generation of style, music genre, dance, pop culture. She was a force of nature. She is the definition of people's childhoods and memories of the 90s. She was so special and a once in a lifetime entertainer, just like Michael Jackson».

[Online comment on Britney Spears.](#)

Dalla metà dei 1980s si è andata sempre di più evidenziando la necessità di nuove figure iconiche ed archetipali in grado di incarnare la forma assoluta dell'estetica americana, cioè il dionisiaco nella sua configurazione più compiutamente ipermoderna ed high-tech; figure, cioè, in grado di rappresentare, nella sua forma sempre più socialmente pervasiva, ludica e digitale, l'evoluzione delle interazioni sociali, i modi d'essere e le strutture del sentire del capitalismo neoliberale, il capitalismo dell'informazione e della conoscenza; evoluzione derivante, infatti, anche, se non soprattutto, dall'avvento dell'informatizzazione di massa e dalla digitalizzazione ubiquitaria e pervasiva.

A questo proposito non è un caso che siano dovuti passare quasi quindici anni – dal 6 novembre 1984 al 30 settembre 1998 – affinché emergesse una figura iconica adatta al nuovo *Zeitgeist*: Britney Spears.

² B. Spears, *The Woman in Me* (Ebook edition), §45.



L'avvento di Britney, 15/05/ 1999, «Rolling Stone» (Photograph by David LaChapelle)³

E si faccia attenzione a non sottovalutare l'arco temporale, cioè quindici anni, poiché rappresentano un'eternità nel mondo dei mass media; infatti è in questi anni che si compie il passaggio completo ed irreversibile dall'analogico al digitale e dal digitale al partecipativo e «social», con tutto il riflesso che se ne ha sulla relativa ontologia delle immagini; passaggio, questo, “fotografato” in maniera epocale dalla repentina scomparsa della Kodak e della “pellicola” fotografica. Archetipo sociale dell'analogico e fattore identitario di diverse generazioni – che ha «contribuito a definire come l'uomo del novecento vedeva e percepiva la realtà», ridefinendo l'autoconsapevolezza, attraverso le

³ Britney Spears è riuscita a conquistare la copertina di Rolling Stone in soli pochi mesi dall'uscita dell'album di debutto, il 12 gennaio 1999. Si presti attenzione alla metaforica delle immagini, dionisiaca e adattata sia all'imperante ipersessualizzazione sociale angloamericana (Britney aveva, all'epoca, 17 anni) sia alla diffusione ubiquitaria delle tecnologie informatiche e comunicative. Come è facile notare Spears è fotografata appunto in maniera «dionisiaca» e sessualmente esplicita (liminare, come i 1990s stessi, tra sessismo od *empowerment*). Allo stesso tempo, da una parte sta utilizzando un telefono (simbolo stesso della società, all'epoca ancora a venire, sostanziata dalle ICTs) e dall'altra tiene stretta a sé un peluche (simbolo di una sessualizzazione e desiderabilità iconica normativamente sempre più retrodatate anagraficamente; e non è un caso che per molta della «Bubblegum Music» della fine dei 1990s si è parlato anche di «prepubescent Pop»). Lo scatto è un capolavoro di *sensory storytelling*, mostrando il potere iconico dell'immagine, nella quale in «uno» si sintetizzano, ricombinano, alcuni capisaldi identitari della mitografia Pop con quelli della *ICTs Generation*: ipostatizzazione dell'adolescenza, spensieratezza e divertimento, sensualismo dionisiaco e desiderabilità iconica, consumabilità e determinabilità, tecnologie comunicative ed interazioni emozionali. Da notare che tale mitografia costituirà, quasi dieci anni dopo, l'oggetto formale di una canzone, cioè *Phonography*, presente nella *Deluxe Version* dell'album *Circus* del 2008: «...I'm into phonography, And I like my Bluetooth, buttons comin' loose, I need my hands free, Then I let my mind roam, Playing with my ring tone...Let's talk about biology, Make believe your next to me...Phonography, phonography, Dirty talking, call it phonography». Qui è possibile leggere per intero l'articolo [Britney Spears, Teen Queen: Rolling Stone's 1999 Cover Story](#).

immagini, della propria collocazione nel mondo –, la Kodak, che in principio dei 2000s si posizionava ai primi posti nella classifica delle maggiori *corporation* globali (peraltro una ventina di posizioni sopra alla Apple), in pochi anni è *letteralmente* sparita dalla faccia della terra, spazzata via dallo tsunami del digitale.⁴

Ed è così che il passaggio dall'analogico al digitale ha finalmente permesso allo spettatore di essere davvero interattivo, poiché dai 2000s il pubblico non si accontenta più di consumare e/o contemplare l'oggetto estetico, ma vuole vivere in questa interazione un'esperienza nella quale si scopre realmente partecipe, financo co-creatore; un'esperienza fenomenica nella quale percepisce di essere (anche) lui l'evento. Ed ecco, allora, uno dei retaggi di molte delle concettualizzazioni artistiche americane dei 1960s, non solo quelle minimaliste; retaggi ancora oggi necessari al fine di permettere di comprendere meglio le rimodulazioni estetiche dei 2000s: essere partecipe e co-creatore, dell'opera, dell'evento. Lo spettatore, così, si trasforma sempre di più da *user* a *costumer*, da *consumer* a *prosumer*.⁵ Se nei *Sixties* lo spettatore e la sua esperienza erano in grado di mettere in opera l'opera (la cui essenza, così, sempre di più esisteva solo nel rapporto partecipativo con l'*audience*), il pubblico, spettatore, consumatore dei 2000s hanno la possibilità di influenzarla, addirittura modificarla.

Con l'inclusione interattiva dello spettatore nell'epoca dell'*Ubiquitous Computing*⁶ si evidenzia la differenza principale rispetto alla logica partecipativa dei *Sixties*, da una parte

⁴ La Kodak è un esempio paradigmatico di come l'incapacità di adattarsi alle nuove tecnologie (probabilmente a causa della paura che la fotografia digitale avrebbe danneggiato il suo *core business* basato sulla vendita di pellicole fotografiche) e ai cambiamenti del mercato può portare alla caduta repentina di una mega-corporation precedentemente dominante. Peraltro la Kodak, paradossalmente, deteneva molte tecnologie brevettate legate alla fotografia digitale, ma non è stata in grado di sfruttarle pienamente o di capitalizzarle in modo efficace. Alcune di queste tecnologie sono state poi adottate da altre aziende, causando per la Kodak una gigantesca perdita di vantaggi competitivi. "Letteralmente sparita", dicevamo, nel senso proprio che in pochi anni la stragrande maggioranza degli stabilimenti ha chiuso e/o è stato abbandonato. Dagli 80000 dipendenti nel 2000 si è passati a 20000 dipendenti nel 2008, per arrivare a poco più di 2000 nel 2022. Cfr. L. Marras *La sparizione del design*. §3: *More is Less*, p. 176: «Probabilmente l'immagine simbolo della smaterializzazione digitale è quella dell'improvvisa scomparsa, da un "giorno all'altro", della pellicola fotografica, uno degli archetipi sociali e culturali, pop, dell'epoca analogica; un oggetto quotidiano che ha definito l'immaginario culturale ed esistenziale d'intergenerazioni, in una percepita e naturale equivalenza tra esperienza di vita, ricordo e macchina fotografica. Da un punto di vista della cultura delle immagini, la storia del XX secolo cosa è se non la storia della Kodak? Il passaggio dall'immagine come processo alchemico (trasmutazione di materiali per il mezzo della chimica) all'immagine come processo algoritmico (traduzione di lettere, simboli e numeri, cioè informazioni), ha avuto un impatto decisivo non soltanto sulla relativa ontologia delle immagini, ma anche sullo stesso "razionale" dei processi identitari di socializzazione. Con la smaterializzazione della pellicola, che da composto chimico si tramuta in stringhe di algoritmi, si compie non solo la scomparsa di un'intera industria, ma soprattutto di una cultura, una società, un'era: quella analogica, cioè quella del XX secolo». Cfr. R. Burley, *The Disappearance of Darkness. Photography at The End of Analog Era*, Princeton Architectural Press, New York, 2013; T. S. Gordon. *The Mass Production of Memory. Travel and Personal Archiving in the Age of the Kodak*, University of Massachusetts Press, Amherst and Boston, 2020.

⁵ Cfr. Peter Weibel, *Synthetic Times*.

⁶ «L'*Ubicomp* (riassumiamo così, genericamente, la totalità delle tecnologie, teorie, discipline e ideologie tecno-informatiche dei 2000s/2010s, invero tra loro anche molto diverse, ma tutte unite dalla digitalizzazione) indica l'interconnessione pervasiva, ambientale ed anche corporale - *wearable & embedded* - di macchine, artefatti, sensori e attuatori informatici (*smart things*) costantemente in comunicazione tra di loro attraverso Internet, e che ininterrottamente scambiano dati, sia con reti informatiche esterne sia tra di loro («M2M»), arrivando così a monitorare, coadiuvare, profilare, definire e prevedere le *living conditions* della nostra esperienza (*Self Adaptive & Context-Aware Systems*), in un vero e proprio *designing* dell'esistenza

perché ora è davvero di massa, alla portata di tutti, mentre nei *Sixties* – e nonostante l'allargamento dell'*audience* alle generazioni giovanili, nonché contraddittoriamente rispetto a molte delle intenzioni “rivoluzionarie” proclamate dall'estetica americana dei 1960s – le avanguardie americane, a parte forse solo la Pop Art, rimasero pur sempre un'esperienza in fondo *highbrow*, limitata a pochi privilegiati (peraltro, ci sarebbe da dire, quasi sempre legati alla *upper class* o alla borghesia intellettuale, in entrambi i casi generalmente bianche) e mai realmente aperta alle masse, a tutte le fasce sociali ed a tutte le etnie; dall'altro appunto che dai 1980s e soprattutto nei 2000s l'esperienza si fa autenticamente interattiva e generativa. Da notare, difatti, che questo è anche uno dei fondamentali *cuts*, archi temporali come cesure, della diffusione della videoludica (cioè di una logica interattiva, partecipativa e, cocreativa) su scala mondiale, soprattutto databile attraverso il successo della piattaforma *Atari VCS/2600* (1977/1982)⁷ e l'avvento degli home computer *Commodore 64/Amiga* (1982/1985),⁸ dei sistemi di gioco *NES/SNES* di Nintendo (1983–1991)⁹, del multiplayer online e delle comunità di modding su PC (soprattutto grazie alla rivoluzione, non solo videoludica ma soprattutto culturale, del videogioco *Doom* di ID Software, 1993),¹⁰ quello delle console *Playstation* di Sony (1994–1995) e Microsoft *Xbox* (2001/2002).¹¹

Come non è un caso, anche, che negli anni che hanno preparato l'avvento di Britney, le *supertop-model* (Cindy, Claudia, Kate e Naomi), *Playboys' Top Bunny* e *Tv Stars*

quotidiana. Così facendo, tali tecnologie informatiche hanno contribuito a modificare radicalmente il mondo della vita, dell'esperienza e, di conseguenza, la percezione del proprio essere nel mondo dell'uomo, ridefiniti da una digitalizzazione ubiquitaria e pervasiva. Con *Ubiquitous Computing* si vuole anche indicare un processo per il quale sempre di più si utilizza un computer anche quando non si è consapevoli che lo si sta utilizzando. Difatti, al momento che la digitalizzazione e l'informatizzazione diventano appunto pervasive ed ubiquitarie, cioè tutto viene ad essere gestito e/o filtrato da un computer, poiché tutti i nostri oggetti quotidiani sono in qualche modo informatizzati dalla presenza di un “computer” al loro interno, allora i computer spariscono dall'orizzonte percettivo e coscienziale, non ci si fa più caso, agendo così come una legge della natura la quale, pur non facendone esperienza, regola e determina il mondo della vita al di là della media della percezione cosciente». L. Marras, *Il futuro è già qui. Psycho-pass, o della felicità obbligatoria e dell'eclissi del desiderio*, p. 10

⁷ N. Monfort, I. Bogost, *Racing the Beam. The Atari Video Computer System*, The MIT Press, Cambridge-London, 2009; M. Z. Newman, *Atari Age. The Emergence of Video Games in America*, The MIT Press, Cambridge-London, 2017.

⁸ Sul Commodore Amiga cfr. J. Maher, *The Future Was Here. The Commodore Amiga*, The MIT Press, Cambridge-London, 2012.

⁹ N. Altice, *I Am Error. The Nintendo Family Computer/Entertainment System Platform*, The MIT Press, Cambridge, 2015; D. Arsenault, *Super Power, Spooky Bards, and Silverware. The Super Nintendo Entertainment System*, The MIT Press, Cambridge-London, 2017.

¹⁰ *Doom* è stato fondamentale per tutta una serie di ragioni ludiche e appunto culturali. Innanzitutto è stato il primo gioco ad avere una modalità multiplayer cooperativa attraverso un collegamento di rete, trasformando così il videogioco in un'esperienza cooperativa, competitiva e partecipativa, in principio limitata solo a reti locali, per poi estendersi e diventare di massa. L'aspetto davvero rivoluzionario di *Doom*, però, fu la possibilità, data agli utenti, di modificare il gioco stesso, il suo codice, e creare contenuti personalizzati, che poi potevano essere distribuiti, condivisi e giocati da altri utenti. L'utente/videogiocatore, così, aveva la possibilità di diventare co-creatore della stessa opera che stava giocando. *Doom de facto* ha creato le fondamenta del videogioco online ed ha segnato la nascita delle comunità di modding co-creativo, appunto una rivoluzione non solo videoludica, ma *tout court* culturale. Cfr. D. Kushner, *Masters of Doom. How Two Guys Created an Empire and Transformed Pop Culture*, Random House, New York, 2003.

¹¹ Per una storia della Microsoft Xbox e del suo impatto culturale, oltre che tecnologico e videoludico, si può vedere il documentario «[Power On: The Story of Xbox](#)».

(Pamela Anderson)¹² e le eroine e gli eroi virtuali dei videogiochi (Samus Aran e, soprattutto, Lara Croft, come anche Pac-Man, Mario, Link, Sonic e Snake) sono venuti a sostituire le popstar e le dive del cinema (la materia stessa di cui si nutriva l'«immagine» Pop nei *Sixties*) nell'immaginario popolare, forse per la prima volta, dai *Sixties*, equiparandone l'ubiquità e la pervasività.

Un passaggio, quasi un limbo del Pop, di solito poco considerato dai teorici della società dei consumi e della *celebrity* in genere; e ci sarebbe anche da notare come sia proprio il Pop ad aver generato – in una sorta di contraccolpo in se stesso – la contraddizione della stessa Celebrity moderna, cioè la figura della supermodella Pop, incarnata per la “prima” volta da Twiggy.



Twiggy, fotografata da Cecil Beaton (sinistra) e sulla copertina di Vogue France, Maggio 1967 (a destra)

Al medesimo tempo (i 1990s), un personaggio come Jenna Jameson è riuscita a veicolare nell'immaginario popolare la trasformazione della pornografia in pornologia, istituzionalizzando la *porn-culture* nella *popular-culture*, *de facto* creando non solo il *Pop-porn*, ma una vera e propria pornocrazia. Jenna Jameson, infatti, ha incarnato alla perfezione – una volta conclusesi, quantomeno a livello mainstream, le polemiche della

¹² Pamela Anderson è stata, al 2022, la Playboy Bunny con il maggior numero di cover nella storia della rivista, cioè quattordici, dall'ottobre 1989 al gennaio/febbraio 2016. Da notare che Pamela Anderson ha segnato anche, con la sua ultima copertina del gennaio/febbraio 2016 e dopo sessanta anni di pubblicazioni, l'intenzione di Playboy di non mostrare più donne nude, poiché, ha ammesso Cooper Hefner, «the way in which the magazine portrayed nudity was dated». Decisione che fin da subito apparve quasi come un ossimoro e che, infatti, ha segnato neanche un anno di pubblicazioni, per [poi essere ripudiata con il numero del marzo/aprile 2017](#), anticipato da una campagna hashtag *#NakedIsNormal* e con a seguito il commento dello stesso Hefner, che ha ammesso di essersi sbagliato, poiché «Nudity was never the problem because nudity isn't a problem». Che, ci permettiamo di aggiungere noi, è astrattamente vero; il problema, però, è sempre lo stesso, cioè come queste nudità vengono ad essere «rappresentate», «immaginate», «raccontate» e «drammatizzate».

Sex War dei 1980, *de facto* con la sconfitta del fronte anti-pornografico – il ruolo di catalizzatore della rivoluzione del “libero mercato” della sessualità digitale, quello fruibile e partecipabile via Internet “gratuitamente” e “pervasivamente”, “on demand”; appunto una pornocrazia, ed in cui le diverse figurazioni (pratiche e “immaginali”) della sessualità vengono vivisezionate, catalogate e messe a disposizione dei più disparati desideri dello spettatore, come fossero categorie merceologiche da esibire sugli scaffali di un mercato delle infinite possibilità e gioie del sesso, finanche delle più feticistiche perversioni (e che qui sono ovviamente da intendersi nel senso propriamente freudiano). Verità, quella di un'estetica pornografica pubblica e globalizzata per una società oramai totalmente mediatizzata ed ipersessualizzata nel proprio scambio simbolico,¹³ che può trovare una sua espressione esemplare, seppur *lato sensu*, nel celebre *dictum* di Fredric Jameson per il quale “il visuale è essenzialmente pornografico”.¹⁴

Nei 1980s-1990s, quindi, da una parte si è assistito all'emergere della videoludica di massa, delle tecnologie della comunicazione (ICTs) e dell'informatizzazione (UbiComp), tutti fattori che hanno contribuito a rendere l'esperienza estetica partecipativa davvero di massa ed a mettere in dubbio l'idea – classica, moderna ed in fondo platonica – di identità e permanenza dell'oggetto estetico, e così segnalando l'avvento, imminente, di una crisi di legittimazione culturale e l'affacciarsi di una nuova direzione dell'estetico. Dall'altra, con l'avvento di Cindy, Naomi, Claudia, Kate, Pamela, Lara, Jenna ... si sono avute altrettante prefigurazioni, richiami e cenni di un qualcosa che stava per arrivare, accadere, rinascere, prendendo una nuova forma, più pura ed incontaminata, archetipale: il dionisiaco americano. Perché, in fondo, il mito dionisiaco non vive, forse, «nel suo continuo morire e, in ogni dove si affaccia una crisi di legittimazione ed una nuova fase storica, rinascere ed ottenere (mantenere) una diversa identità».¹⁵

¹³ K. C. W. Kammeyer, *A Hypersexual Society. Sexual Discourse, Erotica and Pornography in America Today*, Palgrave Macmillan, London-New York, 2008; N. Kalms, *Hypersexual City. The provocation of Soft-Core Urbanism*, Routledge, London-New York, 2017.

¹⁴ F. Jameson, *Signatures of the Visible*, Routledge, New York-London, 1992, p. 1.

¹⁵ Ne abbiamo parlato, più diffusamente, sempre in L. Marras, *The Stealer of Dreams. Tarantino's Sixties or Filming the Void. Part 2: Sublime Now!*, «Giornale di Storia» 33/2020, pp. 14-15: «Insomma, Dioniso è un passaggio, il cui carattere “festoso” manifesta, proprio nella giocosa inessenzialità della festa, la massima essenzialità, l'impellenza della storia, ciò che, di quel momento (storico), è più decisivo ed essenziale. Da qui il carattere sempre eveniente ed eventuale, mai realmente compiuto e sintetizzabile, di ogni mito dionisiaco, il suo continuo morire e, in ogni dove si affaccia una crisi di legittimazione, rinascere ed ottenere (mantenere) una «nuova» identità. Rinascere come espressione della speranza di cambiamento e di pienezza comunitaria, per la costituzione di una comunità politica fondata su degli ideali di “giustizia” senza tempo, ma che possono venirci incontro solo incarnandosi nel (lo spirito del) tempo, come una traccia di un qualcosa che, però, non esiste se non in quanto traccia, di ciò che ha in sé il destino del suo sparire. È anche in questo senso che si potrebbe arrivare a sostenere che i *Sixties* in realtà sono un'epoca mai finita, che – come in un futuro (mai) passato, in un regno del possibile – non finisce mai e che, proprio come disse Goodman, *haunt us in the present as unfinished business*. Anche per questo, il dionisiaco può essere considerato come “inesauribile”».



Britney Spears in Her Bedroom, 1999. «Rolling Stones», photograph by David LaChapelle

Da un punto di vista dialettico, per più di un rispetto Britney può essere considerata come “il fine e la fine” di questo movimento (Hegel direbbe, forse, *der Endzweck*, anzi *der absolute Endzweck*),¹⁶ ed allo stesso tempo il suo superamento, la *Sleeping*

¹⁶ A prescindere dalla verità o meno della filosofia della storia di Hegel (che il postmoderno, più di ogni altra grande narrazione, pretende di aver demolito), la nozione hegeliana può risultare utile all'interno del processo storico qui preso in esame, e mostrare come ci sia una logica, una ragione, una continuità (financo nella discontinuità) che aiuta a comprendere – seguendo l'idea di una storia dottrinale e degli intrecci di cui già in precedenza abbiamo parlato – il divenire dei fenomeni storici, inquadrandoli più correttamente. Ciò detto, com'è noto, in tedesco è possibile nella stessa parola far coincidere “il fine” e “la fine”, mentre l'italiano distingue nettamente, e attuando questa distinzione si pone in condizione di non cogliere tutte le sfumature della semantica segreta (o da altri punti vista fin troppo palese) in cui le due cose si equivalgono: il fine e la fine. Per tutta questa serie di ragioni sottolineiamo il tedesco sì già kantiano (nel §84 del *La critica del giudizio*), ma soprattutto, per come lo vogliamo far valere qui, hegeliano *Endzweck*, perché vuole indicare in uno il fine e la fine, cioè il fine come scopo finale (ad anche, appunto, «fine assoluto»). Nel contesto della filosofia della storia di Hegel, il termine *Endzweck* può quindi essere interpretato come una combinazione di “fine” nel senso di scopo o obiettivo finale e “fine” nel senso di conclusione o fine di un processo. *Endzweck* rappresenta spesso il fine ultimo o lo scopo finale verso cui si muove la realtà, la ragione o l'assoluto e, quindi, lo scopo finale, assoluto. Non è un caso che Hegel, utilizzi intensivamente il termine *Endzweck* quando scrive l'introduzione ai corsi di *Philosophische Weltgeschichte* del 1822-1823 (che poi è l'unica cosa scritta direttamente da Hegel senza la mediazione degli appunti degli studenti), introduzione intitolata “La ragione nella storia”, dove appunto fa risuonare in maniera particolare la categoria di fine, di scopo finale, spesso nel senso di «*der absolute Endzweck*». Hegel in queste pagine de *La filosofia della storia* utilizza l'*Endzweck* in un senso per dir così, “escatologico”, e sarà proprio lavorando su questa nozione che egli giungerà alla famosa

Girl (Roy Lichtenstein, 1964) che l'America attendeva dalla morte di Marilyn e la profetessa di una nuova dimensione dell'immagine e dell'immaginario: se è vero che il Pop è stato il riflesso assoluto della nostra società (come Madonna ha detto a proposito della Pop Music), allora Britney è considerabile come il riflesso incondizionato, appunto assoluto, del Pop; Pop che dai 2000s diventa, così, il «proprio tempo appreso attraverso Britney»; o, il che è lo stesso, Britney è il «proprio tempo appreso attraverso il Pop».



Sleeping Girl (Roy Lichtenstein, 1964)



Britney Spears (*I'm Not a Girl, Not Yet a Woman*, 2002)

Britney, manifestandosi come un desiderio collettivo personificato e, quindi, come un archetipo, è stata in grado di catalizzare il “racconto” dell'estetica dei media dei 2000s, della loro trasformazione da media a multimedia, e l'aprirsi a prospettive, ancora a venire, mulsemediali; trasformazione, si potrebbe dire, nell'imgo-medialità, cioè nella natura dell'immagine, la quale nei primi 2000s non è più definibile né come reale né come virtuale, cioè né come meramente analogica né come meramente elettronica, digitale. L'immagine comincia a diventare compiutamente informatica, simulativa, massimamente indeterminata e quindi proprio per questo sempre maggiormente determinabile, appunto customizzabile. Un'immagine, per dirla con Peter Weibel, intelligente e «quantistica», indeterminabile nelle sue possibilità di modificazione interattiva, ed il cui flusso – in un mondo appunto totalmente informatizzato e centrato su di una sua onnipervasiva ed ininterrotta fruizione di dati (*Ubiquitous Computing*) – appare sempre più dionisiaco, umorale, appunto indeterminato, radicalmente riflessivo al punto di mettere in crisi ogni

espressione: «questa è la vera teodicea, la giustificazione di Dio nella storia» («dies ist die wahrhafte Theodicee, die Rechtfertigung Gottes in der Geschichte») Cioè la storia considerata come storia universale, totale e totalizzata dallo sguardo retrospettivo della filosofia, è la vera teodicea, poiché non c'è una teodicea prima e al di sopra del dispiegarsi della ragione nella storia: la vera giustificazione di Dio si trova nella storia del mondo come sviluppo dello spirito. Cfr. G. W. F. Hegel, *Vorlesungen über die Philosophie der Weltgeschichte. Band I: Die Vernunft in der Geschichte*, Felix Meiner, Hamburg, 1994; G. W. F. Hegel, *Vorlesungen über die Philosophie der Weltgeschichte. Band II: Die orientalische Welt; Band III: Die griechische und die römische Welt; Band IV: Die germanische Welt*, Felix Meiner, Hamburg, 1988 (la citazione su «la vera teodicea» si trova a p. 938)

riflessività dell'immagine video analogica e/o elettronica,¹⁷ fianco quella percettiva, rendendo così la propria trasformatività essenziale e reversibile, continuamente riscrivibile nella sua immediatezza. Se l'immagine nell'arte classica, per continuare con le metafore di Peter Weibel, era una finestra, l'immagine informatica diventa una porta.¹⁸ Detto altrimenti, l'immagine diventa un campo aperto al possibile, una «poiesis del possibile».

Figura di una complessità sociale, estetica ed antropologica difficilmente esagerabile, e dalla potenza iconica devastante (paragonabile forse solo a quella di Garbo e Marilyn), Britney nei 2000s è stata la «mediazione» paradigmatica della gran parte (tutti?) di questi processi storici, estetici e culturali; manifestazione ed archetipo, cioè, delle interazioni simboliche (estetico/sociali, appunto Pop) angloamericane e per questo globali dei 2000s ed oltre; la loro «(ri)mediazione» perfetta, la quale mostrava e apriva ad una (ri)configurazione ludica. Interazioni simboliche oramai totalmente informatizzate e virtualizzate, e che – nell'essere oramai diventate un aspetto naturale del tessuto del reale, cioè della nostra quotidianità – sono diventate le uniche possibili. Quei rapporti appunto ridefiniti dalla nuova configurazione “immateriale”, ludica, dell'economia moderna e/o monetarista, finanziaria e neoliberale, cioè l'economia dei desideri e/o simbolica.¹⁹

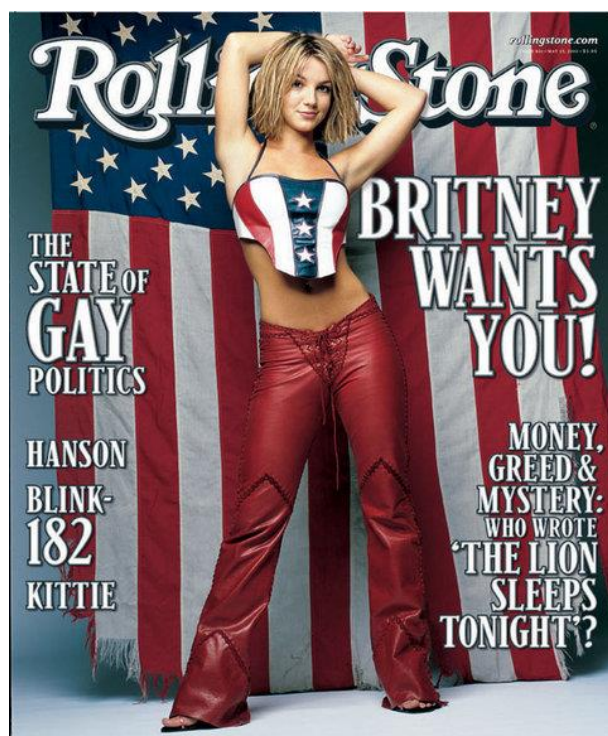
La stessa categoria di cultura di massa sembra risultare solo parzialmente utilizzabile al fine di rendere conto di un fenomeno come Britney, per il quale ben più utile sarebbe l'elaborazione di una sorta di ludica partecipativa di massa.

¹⁷ Sulla peculiarità estetica – ibrida, intermediale e tecnologica – delle immagini “video” come medium analogico all'interno del campo “Art/New Media” ed in genere nei “media elettronici e digitali” cfr. Y. Spielmann, *Video. The Reflexive Media*, tra. eng. A. Welle, S. Jones, MIT Press, Cambridge-London, 2008. Secondo Spielmann, ciò che differenzia il medium «video» dalle altre tecnologie multimediali sta nell'espressione dell'elaborazione elettronica del segnale, il quale, nella sua continua intercambiabilità di segnali in costante movimento, comporta sempre un feedback che definisce in maniera trasformativa la natura dell'immagine, che, così, rimane sempre “aperta”, in divenire. Di qui, appunto la natura sempre “riflessiva” dell'immagine video. Una riflessività che è talmente riflessiva ed immediata da essere mediata solo dalla sua immediatezza. In questo senso, Spielmann può definire il «video» come il primo medium autenticamente “audiovisivo”, sia perché in un video i segnali sono emessi (*processed*) nello stesso e per lo stesso – in maniera simultanea ed intercambiabile – come audio e/o video, cioè i suoni possono trasformarsi in “immagini” e viceversa; sia perché a differenza dei “photochemical” media (fotografia e cinema) il video, la cui natura è “elettronica”, può allo stesso tempo registrare e riprodurre le immagini, oltre che premettere di ascoltare cosa si vede e vedere cosa si ascolta.

¹⁸ «L'arte classica prendeva la sua concezione dell'immagine dall'idea della finestra, ed era dalla finestra che si riusciva a vedere il mondo. Ora c'è un'immagine che è posta in variazione dal suono e da altri eventi, virtualizzati e messi in connessione all'immagine stessa. Bisogna dunque parlare di eventi e non più di immagini. L'immagine a cui ci troviamo di fronte non è più una finestra, ma semmai una porta, perché tramite essa possiamo passare dall'altra parte. Lo spettatore può passare ed entrare in questo mondo, uscirne e modificarlo - elasticità che l'arte delle immagini non ha mai permesso. Il contesto è controllato da un mondo di eventi caratterizzati dalla vitalità, la variabilità, la virtualità che fanno sì che il comportamento sia verosimile. L'immagine classica non riusciva a cambiare il mondo ed era statica. Gli artisti che vogliono trasformare il mondo dovrebbero occuparsi di questo genere di immagini. Il mondo della realtà virtuale somiglia a quello della fisica quantistica». P. Weibel, *Nuovi sguardi e nuove immagini del mondo*, in M. Seinaldi, R. Pinto (a cura di), *La generazione delle immagini*, Comune di Milano, Milano, 1995, p. 45.

¹⁹ Per una retrospettiva critica sul «mondo dell'arte» a partire dall'avvento dei neoliberismi e nell'era del «Market Triumphalism» si veda V. D. Alexander, S. Hägg, S. Häyrynen, E. Sevänen (a cura di) *Art and the Challenge of Markets. Volume 1: National Cultural Politics and the Challenges of Marketization and Globalization*, Palgrave Macmillan, London-New York, 2018; V. D. Alexander, S. Hägg, S. Häyrynen, E. Sevänen (a cura di), *Art and the Challenge of Markets. Volume 2: From Commodification of Art to Artistic Critiques of Capitalism*, Palgrave Macmillan, London-New York, 2018.

Britney, dopo un periodo di esilio pedagogico nel deserto storico/culturale disneyano, è emersa fin dai suoi 17 anni come l'incarnazione ultima di quell'ordine religioso – il più influente e numeroso in USA – chiamato americanismo. Se, come afferma anche Mecacci, Elvis rappresentò l'archetipico americano e Marilyn l'iconico,²⁰ Britney fin dalle sue prime apparizioni globali e già da sempre globalizzate, apparve non solo incarnare ambedue questi aspetti per il medesimo rispetto, ma anche sublimarli nella forma estetica assoluta – allo stesso tempo archetipica ed iconica, in un certo senso anche escatologica – dell'americanismo: il dionisiaco. Al punto, ed è questa la questione che appare decisiva, che Britney Spears – per dirla parafrasando il teologo Hans Urs Von Balthasar – ha coperto con la sua ombra, occulta o palese, l'intero spettro sociale dell'immaginario Pop, ma allo stesso tempo lo ha messo tra parentesi e lo ha superato, tolto, e rimosso.²¹ È anche in questo senso, allora, che è possibile sostenere che Britney ha concretizzato, compiendola e riconfigurandola (sempre nel senso dialettico di ogni *Aufhebung*), l'ultima (definitiva?) propaggine estetica dei *Sixties*, appunto quella del dionisiaco, del *Puer aeternus* e dell'*Eternal Child* e che in Usa pervase ed incendiò i 1960s almeno fino al 1979.



²⁰ A. Mecacci, *L'estetica del Pop*, pp. 137–147.

²¹ H. U. von Balthasar, *Gloria. Una estetica teologica. Vol. 3: Stili laicali*, Jaca Book, Milano 1976, p. 221: «Hamann sta con la sua *Aesthetica in nuce* teologica nel retroterra dell'intero movimento idealistico, misteriosamente lo copre con la proiezione della sua ombra, ma altrettanto misteriosamente lo supera e lo mette tra parentesi, dal momento che nessuno comprese il suo vero intento, neppure il suo più intimo amico Herder, e neppure Jacobi e il circolo di Münster, e ancor meno di tutti Kant. Egli indica una dimensione che è rimasta inadempita».

«Rolling Stone», 25 maggio 2000. Il sogno di una bandiera o la bandiera di un sogno? Lo Zio Sam viene soppiantato dalla «Fidanzata d'America» Britney, chiamata nei 2000s ad indicare agli americani dov'è che si trova l'America, cosa “significa” essere autenticamente americani.²²

Britney Spears, al pari delle grandi icone Pop ed a differenza di qualsiasi transeunte e modaiolo personaggio popolare, non ha riflettuto l'immaginario di un'intera generazione, lo ha aperto, riconfigurato nelle sue strutture estetiche ed immaginali, *de facto* contribuendo a crearlo e istituzionalizzarlo. È in questo senso che in Britney si mostra una sorta di equivoco estetico, perché da una parte è espressione di un'estetica della de-estetizzazione (appunto il Pop), dall'altro, e soprattutto, è definibile come il fine e la fine del Pop, cioè nel medesimo tempo una sua ricapitolazione e riconfigurazione, il suo compimento nella sua negazione e nella sua apertura a qualcos'altro ancora a venire.

Come dovrebbe essere ovvio, non ci riferiamo qui al fattore musicale, che in questa sede risulta secondario, se non insignificante. Qui è possibile limitarsi a notare, però, che a differenza della media e vaga percezione italiana (invero provinciale, dato che, dopo il 2003, la vede come se fosse “scomparsa” dalle scene) con *Blackout del 2007* Britney si è lasciata alle spalle l'immagine di *bubble-gum singer* (appunto quella che ancora nei 2020s permane nella media dell'immaginario italiano) e, virando verso una personale interpretazione Avant-disco dell'EDM, ha dato alle stampe l'album forse più importante per il Pop angloamericano dei 2000s ed i 2010s,²³ un capolavoro di isomorfismo, corrispondenza biunivoca, tra performance e biografismo come, nella musica pop-rock mainstream di grandissimo successo commerciale, non accadeva almeno da vent'anni (da *Appetite for Destruction* dei Gun's and Roses). Un album, *Blackout*, che (ed anche a detta di molti esperti del settore) ha appunto settato lo standard di cosa generalmente si è prodotto e si è ascoltato nella stragrande maggioranza del panorama della Pop-music statunitense dopo il 2008.²⁴ Questo percorso – che ben si potrebbe definire come una sorta di *experimental Pop* – è poi culminato nella produzione di *How I Roll* ad opera di *Bloodshy & Avant* (da *Femme Fatale* del 2011), un vero e proprio *delirio di onnipotenza estetica*, e forse quanto di più essenzialmente Pop sia stato prodotto dalla fine dei 1980s, se non, forse, dai tempi di *Good Vibrations* dei The Beach Boys. Quasi una reinvenzione o, per usare un termine più propriamente tecnico, una “rimediazione” del Pop, in un curioso incrocio tra la mitografia dei Beach Boys ed il Pop ricombinante del compositore svedese The Field.

Tant'è che per Britney potrebbero essere utilizzate le parole spesa da Harold Rosenberg per Andy Warhol: l'innovazione di Britney Spears non consiste affatto nella sua musica, ma nell'identificazione assoluta della persona/artista nel suo personaggio pubblico.

²² Sull'idea e la simbologia della bandiera americana nell'iconografia americana e nell'estetica dei Sixties cfr. M. Leepson, *Flag. An American History*, St. Martin's Griffin, New York, 2005. Ciò detto, al 2012 Spears è stata, dopo Madonna, la cantante con il maggior numero di apparizioni sulla copertina di Rolling Stone. Al 2012 Madonna ha ottenuto 20 cover, mentre Spears è apparsa in 14 copertine, però in soli 9 anni (dal 1999 al 2008), mentre Madonna era sulle scene dal 1982.

²³ «“Telephone” actually sounds a lot like Britney's 2007 hit “Piece of Me,” proving yet again how much impact Britney has had on the sonics of current pop. People love to make fun of Britney, and why not, but if “Telephone” proves anything, it's that *Blackout* may be the most influential pop album of the past five years». R. Sheffield, *Britney Phone Home: Why Spears' Telephone Beats Lady Gaga's by a Robo-Mile*, Rolling Stone (Online), 06/05/2010.

²⁴ Cfr. N. Lasky, *Britney Spears' Blackout*, Bloomsbury Academic, New York-London, 2023.

«Britney» (e, come già specificato, il nome di battesimo utilizzato come «household word» è anche il risultato della simbiosi perfetta con l'americanismo più mistico e dionisiaco) ha portato la de-definizione del Pop fino al punto in cui del Pop come “arte” non rimane altro che la finzione dell'artista o, meglio ancora, la sua iperrealità.²⁵

Diverso, rispetto al fattore musicale, quello videologico, perché Britney dal punto di vista della retorica delle immagini ha in più di un'occasione incarnato alla perfezione l'immaginario estetico americano, sia quello dionisiaco sia quello Pop/postmoderno. Nel 2001 con l'iconica performance di «[I'm Slave for You](#)» agli MTV Awards e nel 2002 con il video di [I'm Not a Girl, Not Yet a Woman](#).



Britney Spears in un frame da “I’m a slave 4 you” eseguita ai MTV Video Music Award del 2001, una delle performance più iconiche e dionisiache non solo della storia della musica, ma dell'immaginario Pop in quanto tale.

Mettendo tra parentesi, per un momento la logica Pop della profondità che sta tutta nella superficie, nell'immediatezza dell'immagine, è possibile sostenere che se la performance agli MTV Awards non abbisogna di ulteriori i commenti, tanto è così immediatamente esplicita la significazione dionisiaca, quindi non ci dilungheremo in una analisi che presto risulterebbe uggiosa, ben diverso è il caso del video di *I'm Not a Girl, Not Yet a Woman*, dove viene messa in atto una complessa stratificazione di livelli di lettura sulla quale si potrebbero scrivere intere pagine di semiosi dell'immagine, dell'immagine Pop come

²⁵ Cfr. H. Rosenberg, *Warhol: Art's Other Self*, in H. Rosenberg, *Art on the Edge. Creators and Situations*, University of Chicago Press, Chicago, 1983, p. 98: «The innovation of Andy Warhol consists not in his paintings but in his version of the comedy of the artist as a public figure. “Andy” (the first name was one of his means of establishing himself as a household word) has carried the ongoing de-definition of art to the point at which nothing is left of art but the fiction of the artist».

«segno e simbolo». Dopo la tribale orgia dionisiaca di «I'm a Slave 4 U», il video «I'm Not a Girl, Not Yet a Woman» appare quasi minimalista nella sua trasparente semplicità. I protagonisti del video sono: uno dei *landscape* americani per eccellenza – cioè [l'Alstrom Point](#), il Glen Canyon, il lago Powell e gli interni dell'Antelope Canyon – e Britney sperduta in questa immensità e vestita in abiti succinti che vogliono richiamare la cultura indigena ed i nativi navajo, quasi si trattasse di una Pocahontas postmoderna. Quindi, per rispetto al dionisiaco di «I'm a Slave 4 U», non abbiamo più un mondo che è selvaggio perché primitivo, primitivo perché pericoloso e minaccioso: nessun confronto con l'ignoto ed il passato ancestrale, selvaggio e labirintico della giungla, ed il suo coro oscuro di suoni sinistri e riverberi invisibili, niente esotici ed inquietanti indigeni intenti in rituali “profani” che sembrano invocare ostili forze nascoste e sconosciute, niente tigri in gabbia e soprattutto niente serpenti e niente tentatrici tentate (d'altronde, nella *live* di «I'm a Slave 4 U», chi è che è tentato da chi? Britney dal serpente o il serpente da Britney? Oppure è l'America stessa che viene ad essere chiamata alla “tentazione” dal “serpente” Britney?). Nel video «I'm Not a Girl, Not Yet a Woman» troviamo, invece, solo Britney, in una versione quasi “sobria” e “nativa”, e la primitiva e vergine natura americana in tutto il suo splendore. È, questa, in fondo la retorica assoluta della natura americana panteisticamente intesa, del sublime, della relazione con l'assoluto.



The Hyperreal Sublime is Now!

Frame da «*I'm Not a Girl, Not Yet a Woman*» (2001/2002, directed by Wayne Isham, Britney's Spears VEVO/YouTube): Glen Canyon/Lake Powell from Alstrom Point.

Ed è appunto in ciò che il video «I'm Not a Girl, Not Yet a Woman», nella sua tanto ricercata quanto raffinata semplicità,²⁶ sembra voler nascondere, reiterandola, un'intera mitografia americana: quella della primitiva ed eterna verginità e dell'eterna giovinezza ed innocenza dell'eden originario che si dà e si rinnova continuamente, ma non accade mai nel suo compimento, e così rimanendo, in ogni dove ed in ogni epoca, sempre “possibile”. Non è un caso, allora, che il serpente – differentemente rispetto all'orgiastica performance

²⁶ Da ricordare che l'*Alstrom Point* è stata la location anche di un video del cantante Michael Bolton per la canzone «Said I Loved You...But I Lied» (1993). Video per molti versi simile, anche in diverse inquadrature, ma che, sottomesso ad una più banale retorica romantica, invece di far del Alstrom Point il protagonista, lo ha reso un mero sfondo di una “storia” d'amore.

di MTV – in «I'm Not a Girl, Not Yet a Woman» non può, e non deve, fare la sua comparsa. Insomma, il sogno americano stesso che, nel suo essere sempre differito, si ripete *ad libitum*. Si faccia attenzione alla struttura perfettamente speculare, una vera e propria *myse en abyme* del mito americano: il sogno americano “narrato” dal sogno americano (*A Dream Within a Dream*),²⁷ come Britney canterà di se stessa qualche anno più tardi in *Piece of Me*, e dove si voleva riflettere sull'ossessione e l'accanimento mediatico su di lei tra il 1998 ed il 2006. Il punto sul quale è interessante soffermarsi, però, è che la retorica delle immagini – il contesto naturalistico – permette di riconsiderare il senso della percezione “narrativa” del video di «I'm Not a Girl, Not Yet a Woman». Quale è il soggetto e quale l'oggetto del video? Se a un primo livello di lettura il significato manifesto è certo quello della tipica fase post adolescenziale in cui molti teenager si vengono a trovare; quella che, come abbiamo visto nella prima parte, il Pop vorrebbe “sospendere” per renderla atemporale: senza un passato ben definito e con un futuro incerto, soprattutto senza una direzione precisa, spostandosi da un (non)luogo (Las Vegas) ad un altro (Disneyland), vivendo nella sospensione del presente, in una quotidianità senza memoria e senza progetto, armati unicamente di una mappa del possibile e dell'immaginale.



Frame da «*I'm Not a Girl, Not Yet a Woman*» (2001/2002, directed by Wayne Isham, Britney Spears VEVO/YouTube): Antelope Canyon.

Un futuro di cui, per dirla con Judith Malina, appare paradossale seguire una mappa per arrivarci, perché non se ne ha la mappa. Ma di cui, in un modo o nell'altro, si deve seguire

²⁷ D'altronde *A Dream Within a Dream* è il titolo del tour che ha accompagnato l'album «Britney» di cui «I'm Not a Girl, Not Yet a Woman» è stato il terzo singolo pubblicato.

e allo stesso tempo creare una mappa.²⁸ Ad una lettura – per dir così, videologica – il soggetto che canta *I'm Not a Girl, Not Yet a Woman* sembra invece mostrarsi con un volto ben diverso e ben più archetipico, quello, cioè, della terra americana che nei suoi paesaggi virginali, infiniti ed incontaminati diventa appunto la promessa eterna di un nuovo paradiso terrestre, lontano dalla distruttività umana nata con l'assaggiare i frutti proibiti della conoscenza, cioè il mondo della civiltà e della cultura europee.²⁹ In questo senso è anche possibile interpretare che in *I'm Not a Girl, Not Yet a Woman* a cantare sia la stessa America, per il tramite, nei 2000s, della sua assoluta manifestazione estetica di massa: Britney Spears. America che in questo viene a coincidere con l'oggetto decantato, che è l'America stessa, in quanto paradiso eterno che ad ogni nascita di un nuovo bambino rinasce sempre in quanto terra vergine e primitiva, e quindi un immaginario la cui crescita arriva sempre ad essere sospesa in quello stato atemporale (l'adolescenza) in cui “non si è più una ragazza, ma allo stesso tempo neanche una donna”. Di nuovo, un mito ben preciso, quello americano e dionisiaco.



Frame da «*I'm Not a Girl, Not Yet a Woman*» (2001/2002, directed by Wayne Isham, Britney Spears VEVO/YouTube): Antelope Canyon.

In questo senso, *I'm Not a Girl, Not Yet a Woman* – e in “contraddizione” per rispetto alla media dei video “urban” di Britney –, appare quasi una rappresentazione del paesaggio americano descritto da Baudrillard in *America*; quello dove l'America è vista come una commistione senza mediazioni di primitivo e selvaggio e di artificiale ed iperreale, *absolute fake* e simulacro (copie senza alcun originale), e dove nel mezzo, come gradini intermedi tra naturale/selvaggio (il deserto americano), ed iperreale/artificiale (Britney), non c'è nulla.³⁰ Non è un caso, allora, che emerga anche in *I'm Not a Girl, Not Yet a Woman* più

²⁸ «We can't map out how to get there because we don't have the map. But we have to make a map. This is the paradox. [...] The essential trip is the voyage from the many to the one». Living Theatre, “*Paradise Now*”: *Notes*. «The Drama Review», 13(3), 1969, p. 91 e p. 99.

²⁹ B. Rose, *L'America come paradiso*, in *Paradiso americano. Scritti sull'arte e l'anti-arte*, pp. 43-52.

³⁰ «Ciò che è nuovo, in America, è lo shock del primo livello (primitivo e selvaggio) e del terzo tipo (il simulacro assoluto). Non c'è un secondo grado. Situazione difficile da cogliere per noi, che abbiamo sempre privilegiato il secondo livello, quello riflessivo, lo sdoppiamento, la coscienza infelice. Ma nessuna visione dell'America si giustifica al di fuori di questo capovolgimento: Disneyland, proprio lei, è autentica! Il cinema, la televisione, proprio loro, sono il reale! Le *freeways*, i *safeways*, le *skylines*, la velocità, i deserti, sono

di un qualcosa di quell'anticulturalismo estetico americano di cui, sempre nella prima parte, abbiamo fatto cenno; quella, appunto, che ha cercato una propria specificità di contro al culturalismo/modernismo europeo; cioè, di nuovo, il mito americano, fondativo, del rifiuto di voler assaggiare quei frutti della conoscenza che nella vecchia Europa hanno portato l'uomo alla rovina ed alla devastazione della natura.



Frame da «*I'm Not a Girl, Not Yet a Woman*» (2001/2002, directed by Wayne Isham, Britney Spears VEVO/YouTube): Glen Canyon/Lake Powell from Alstrom Point.

È anche per questo che dicevamo di come l'America/Britney in *I'm Not a Girl, Not Yet a Woman* sembri riflettere una specifica dinamica culturale e sociale, cercando di adattare il mito americano al nuovo arco temporale, e quindi assumendo l'aspetto mitopoietico di quel qualcosa che – come in ogni retorica del mito, sia quello che si manifesta nella “realtà”

l'America, non i musei, non le Chiese, non la cultura... cerchiamo di avere per questo paese l'ammirazione che merita, e volgiamo lo sguardo alla ridicola futilità dei nostri costumi: questo è il vantaggio e il fascino dei viaggi. Per vedere e capire l'America, bisogna aver sentito, almeno per un istante, nella giungla di un down-town, nel Painted Desert o nella curva di una freeway, che l'Europa era sparita. Bisogna essersi domandati, almeno per un istante: “Come si può essere Europei?” [...] Parlo dei deserti americani e delle città che non ci sono... Non un'oasi, non un monumento: carrellata indefinita attraverso il minerale e le autostrade. Ovunque: Los Angeles o Twenty Nine Palms, Las Vegas o Borrego Springs ... Nessun desiderio: il deserto. Il desiderio è ancora qualcosa che ha una forte naturalità, in Europa viviamo sulle sue vestigia, e su quelle di una cultura critica allo stato agonico. Qui, le città sono deserti mobili. Niente monumenti, niente storia: esaltazione dei deserti mobili e della simulazione. C'è un che di ugualmente selvaggio nelle città incessanti e indifferenti e nel silenzio incontaminato delle *Badlands*. Perché Los Angeles, perché i deserti sono così affascinanti? Perché ogni profondità è dissolta - neutralità brillante, mobile e superficiale, sfida al senso e alla profondità, sfida alla natura e alla cultura, iper-spazio ulteriore, senza più origine, senza riferimenti. [...] La potenza mitica della California è in questo miscuglio di estrema sconnessione e di mobilità vertiginosa imprigionata nel paesaggio, nello scenario iperreale dei deserti, delle *freeways*, dell'oceano e del sole. Da nessun'altra parte esiste questa congiunzione folgorante di radicale incultura e di tanta bellezza naturale, di prodigio naturale e di simulacro assoluto: proprio in questa mistura di estrema non-referenzialità e sconnessione generale, ma incassata nello scenario naturale più primordiale e grandioso dei deserti, dell'oceano e del sole: in nessun altro luogo si può trovare questa acme antagonistica [...] Basta vedere Las Vegas, sublime Las Vegas, emergere improvvisamente dal deserto con le sue luci fosforescenti, al calar del sole, e ritornare, dopo aver esaurito per tutta la notte la sua intensa energia superficiale, più intensa ancora alle prime luci dell'alba, ritornare al deserto quando nasce il giorno, per cogliere il segreto del deserto e di ciò che lo contrassegna: una discontinuità incantatrice, uno sfavillio totale e intermittente» (J. Baudrillard, *L'America*, tr. it. L. Guarino, Feltrinelli, Milano 1989, p. 86, pp. 98-99 e pp. 100-103).

della storia (Pocahontas) o quello che si declina attraverso il sublime iperreale dei mondi sintetici di Hollywood (*Avatar* di James Cameron, 2009 e 2022) – non è mai accaduto, ma accade continuamente.

Ciò nonostante, tralasciando l'aspetto musicale (che, lo ripetiamo, in questa sede e dal punto di vista di ogni estetica americana non è decisivo e non sposta di una virgola – in meglio od in peggio – il discorso che stiamo portando avanti), come anche quello videologico, di certo estetologicamente più affascinante, ciò che più ci interessa mostrare è come Britney Spears manifesti come dai 2000s, ogni estetica propriamente Pop, quella dei *Sixties*, anche se ancora necessaria, non sia più sufficiente per «inquadrate» il fenomeno da lei incarnato, mediato e manifestato.

Appunto, dicevamo, perché, per usare qui un termine, che diremmo dialettico, del Robert Morris del 2004 – e che sembra proprio riecheggiare il Warhol di «Eliminate Art» – Britney Spears «removal» il Pop, lo rimuove e rinnova allo stesso tempo.³¹ Più precisamente, si potrebbe sostenere che Britney compie la riflessione assoluta del Pop in un modo tale in cui la “chiusura”, il compimento del circolo risulta talmente riflessivo che nel suo furioso chiudersi continuamente in sé, nello stesso momento in cui lo è in maniera assoluta, si rovescia in un'apertura a qualcosa che non è il Pop – se non in una forma diversa e/o altra, cioè in una sorta di *Überpop*. Per questa ragione, dicevamo, il fenomeno Britney Spears mette tra parentesi il Pop, cioè lo circoscrive, compiendolo, ed allo stesso momento lo supera. Britney Spears rappresenta, in questo senso, una sorta di cerchio dei cerchi del Pop, una conclusione che è un nuovo inizio, una fine che si “ritorce” – per il tramite di una mediazione talmente immediata che non è una mediazione – in un diverso cominciamento, in un altro inizio. Britney, si potrebbe anche osare dire, nel suo equivocare il Pop è diventata il paradigma iconico allo stesso tempo dell'America e dell'inizio di una forma altra dell'estetico verso cui l'America stessa stava andando. Sempre Hegel, direbbe forse che della configurazione del Pop dei 2000s Britney, come ogni essenziale espressione dionisiaca del proprio tempo storico, è il suo *Beiherspielendes*, cioè un gioco/esempio che tanto più è inessenziale (in quanto gioco), tanto più manifesta (in quanto esempio) l'essenziale.³² Esempio, qui, ovviamente, anche nel senso Pop di segno(sign), «insegna».

³¹ «But deflation is much more than aggressive negation. It involves the dismantling of those boundary presuppositions of implicit limits that are assumed to be necessary for activity in a given field. Paradoxically, the negations of the deflationary have the function of the *Aufhebung* and subsequently open up the field for new production. This binding of “removal” and “renewal” suggests the neologism removal as a term for this contradictory phenomenon». R. Morris, *Toward an Ophthalmology of The Aesthetic and an Orthopedics of Seeing*, in R. Morris, *Have I Reasons. Work and Writings, 1993–2007*, Duke University Press, Durham–London, 2008, p. 187.

³² Hegel, non a caso nelle *Lezioni di Filosofia della religione*, con l'intraducibile «ein Beiherspielendes» vuole saldare in uno e far equivocare la catena semantica “bei”, “her”, “spiele”, “beiher” e che egli utilizza a proposito delle cosiddette “prove” dell'esistenza di Dio. A prescindere dal fatto che il tedesco di Hegel dice in realtà *Beweise vom Dasein Gottes*, dove il sostantivo *Beweis* è termine che in Hegel non è traducibile propriamente con “prova” (a meno di non voler scolasticizzare Hegel) e che, peraltro, all'interno del cammino speculativo hegeliano e delle stesse opere ha una storia tutta sua; *Beweis* è più un'ostensione, che certo è autoprovente, autocertificante, di un *Dasein* che indica un'esistenza come esserci determinato/reale che, però, solo attraverso questa ostensione si determina. In questo senso, per Hegel Dio è un *Beiherspielendes* essenziale nella sua inessentialità, come l'esempio di sé, colui che si incarna (che non è astratto dalla carne e dalle passioni), si finitizza e proprio incarnandosi “toglie” questa stessa finitizzazione. Dio muore alla sua finitezza essendo appunto “bei”, “presso”, spirito vivente che è presso sé. Dio è un “esemplificante” che però esprime così la sua stessa provvisorietà, *beiher*. Si potrebbe scorgere qui più di una assonanza tra il *Beiherspielen* hegeliano e l'ultimo dio heideggeriano/hölderliniano, quel dio che sta solo nel transitare. Il

E' in questo senso, allora, che Britney assume l'aspetto di una "porta" verso l'americanismo più originario e dionisiaco, un «sign» che, indica, illumina la Strip³³ della nuova configurazione dell'immaginario Pop ed ostenta dov'è che realmente si trova l'America.

Insomma, le categorie Pop, quelle in principio delineate dall'Independent Group e continuamente ridefinite dalle avanguardie estetiche dei 1960s, non sembrano più essere del tutto adatte a rendere conto della diversa natura iconica di Britney e della nuova configurazione, eminentemente ludica e partecipativa, dei rapporti sociali del capitalismo avanzato in cui s'inserisce. Non deve sorprendere, quindi, che a Britney la riflessione sul Pop spesso riservi solo qualche rapido accenno, spesso derubricandola, anzi, ad epifenomeno di Madonna, quasi al pari di una Lady Gaga.³⁴ Questo perché, come abbiamo

Beiherpielendes è qualcosa che transita nel suo essere presente a se stesso, tra il "bei", lo stare presso, e l'«her» che indica un ritorno al punto di partenza (non è un caso, allora, che si potrebbe leggere *Beiherpielendes* anche con "giro a vuoto", un gioco inessenziale e/o accidentale). Dio è allora colui che è sempre presente nel fungere del significato che va dalla rappresentazione al concetto e viceversa, in una circolarità sempre conclusa e sempre percorribile. Cfr. ad esempio, G. W. F. Hegel, *Lezioni di filosofia della religione*, Vol. I, trad. it. S. Achella, Guida, Napoli, 2008, p. 93.

³³ Ci riferiamo qui, ovviamente alla "Las Vegas Strip", comunemente conosciuta come "Strip", una sezione della Las Vegas Boulevard South. È una delle strade più famose e iconiche del mondo, nota per la sua concentrazione di resort, casinò, hotel di lusso, spettacoli, ristoranti e altre attrazioni. Caratterizzata da una serie di grandi e sfavillanti insegne luminose, la Strip è la principale destinazione turistica di Las Vegas. I principali e più famosi casinò e resort della città (il Bellagio, il Caesars Palace, il MGM Grand, il Venetian, il Wynn, l'Encore, il Mandalay Bay, il Cosmopolitum, il Paris, il Planet Hollywood etc.) si trovano proprio lungo la Strip. Oltre ai casinò ed i resort, la Strip è famosa anche per i suoi spettacoli di luci, fontane danzanti etc. La Strip di Las Vegas è, quindi, il cuore pulsante dell'industria dell'intrattenimento, ed è spesso associata all'immagine luminosa e affascinante della città del peccato e, quindi, di converso e stando a quanto più volte argomentato in questa sede, dell'America.

³⁴ Se anche questa affermazione può apparire ingenerosa verso Lady Gaga, quel che si vuole sottolineare è che un personaggio che tecnicamente non è definibile Pop, negli anni tra il 2005 ed il 2012 sia stato spesso iperbolicamente letto come una delle sue forme attualmente più alte, se non la più alta. In questo senso non si vuole esprimere alcun giudizio di valore sulla persona e personaggio Lady Gaga in quanto tale, o sulla sua proposta musicale ed artistica, ma solo esprimere una constatazione critica sulla base della precisa idea di Pop in oggetto nell'articolo. La questione, quindi, non è il valore di Lady Gaga come performer e/o artista, ma il rapporto tra Lady Gaga e la categorizzazione del Pop: anthem da operetta, dischi "impegnati" civilmente e pregni di "storie" e "messaggi", la sua voglia di apparire *opinion leader* nella difesa dei diritti civili e nella critica sociale, sono tutti fattori che non permettono di definirla né contenutisticamente né formalmente come Pop. Lady Gaga, infatti, sembra definire la propria essenza artistica non tanto nel Pop, quanto in un sensazionalistico travestitismo, con cui ella, sistematicamente, si identifica anche al di fuori dell'ambito musicale. Ma il punto è proprio questo, il Pop per Gaga è un travestimento, un costume, un ruolo, una professione che ella interpreta e che non è a lei coesistente, come invece - lo abbiamo già visto - è per Britney. Britney infatti - almeno per quanto concerne quanto manifestato ancora alla fine dei 2010s - è riuscita d'incarnare qualcosa di più essenziale dal punto di vista storico, mediatico ed estetologico; concretizza, cioè, quello che abbiamo definito come un desiderio collettivo personificato: l'americanismo, il mito americano nella sua espressione più dionisiaca. Lady Gaga è una eccellente *performer* di gradissimo successo commerciale e mediatico, immensamente *popular*, ma del Pop e/o dell'americanismo non ha mai incarnato né l'archetipo né l'iconico. D'altronde, quante "immagini" e momenti "iconici" che hanno contribuito a ridefinire l'estetica Pop si hanno di Lady Gaga? A quanto ci è dato sapere nessuna, essendo spesso chiusa in immagini provocatorie che al momento fanno sensazione, ma che con la stessa intensità del clamore suscitato, altrettanto velocemente sono sparite dall'immaginario collettivo. Al contrario, Britney, a prescindere da come le si voglia giudicare come persona ed artista, ha un intero pantheon di immagini momenti iconici entrati a far parte dell'immaginario collettivo e del Pop. Per questo Lady Gaga, così pare a noi, deve quasi sempre reinventarsi in qualcos'altro dal pop e/o dalla musica pop (appunto le battaglie per i diritti civili, il travestitismo, la politica, la ogni volta studiatissima trovata trasgressiva etc. etc.), mentre per

più volte accennato, si legge il Pop quasi esclusivamente attraverso le lenti di Warhol e, quindi, come una categoria astorica, intangibile rispetto al divenire della storia, come se il Pop del 1965 fosse lo stesso del Pop del 2015, ignaro dei mutamenti sociali, culturali, politici, economici e tecnologici intercorsi. D'altronde, molte grammatiche della società dei consumi novecentesche nel momento in cui vengono applicate a quella che abbiamo provvisoriamente definito come una ludica di massa e/o imago-medialità mostrano il fianco ad alcune criticità. Siano pure, queste grammatiche, tra le più articolate, come quella di un Eco o di un Baudrillard; peraltro Baudrillard nei 1990s aveva ben intuito certi aspetti del carattere partecipativo e creativo dei consumatori, non tematizzandoli, però, compiutamente, nel senso, cioè, della possibilità di una ininterrotta ed irreversibile modificazione dello stesso oggetto percepito e consumato dai fruitori. Ebbene, tali riflessioni, pur raffinate e complesse, sembrano appunto non essere totalmente impermeabili all'usura del tempo, non riuscendo così a rendere pienamente conto di un paesaggio tecnologico e sociale totalmente altro rispetto a quello nel quale tali teorizzazioni vennero formulate; come accennavamo un paesaggio riscritto, nelle sue strutture culturali e di socializzazione, anche, se non soprattutto, dall'avvento e dalla diffusione ubiqua e pervasiva delle tecnologie informatiche (*ICTs & Ubiquitous Computing*).

Nella sua natura essenzialmente digitale ed interattiva, in qualche modo videoludica e ludicizzata (*gamification*), Britney forse per prima (almeno tra le superstar «globali») ha fatto saltare ogni pretesa di un controllo semiotico dell'immagine e/o dell'oggetto estetico: è stata la «prima» celebrity globale, universale ed onnipervasiva creata e determinata (in parte o completamente è questione che fa poca differenza) nella sua esistenza dal consumo della sua immagine e, quindi, dai suoi stessi fruitori in maniera partecipativa; fruitori che si sono assunti poteri e responsabilità di rimediazione, de facto una forma di riscrittura, della sua immagine (e quindi della sua vita, financo quella privata) sempre più grandi e

catalizzare l'attenzione a Britney Spears è sufficiente essere se stessa e nient'altro, senza alcun scarto tra la propria immagine ed il proprio essere. Se si volesse usare una differenza estetologica si potrebbe dire che se Britney è definibile come un simbolo, Lady Gaga allora è un'allegoria: l'una non rimanda a nient'altro da sé (e per questo è un simbolo, una, si potrebbe dire, «tautegoria»), l'altra funziona perché rimanda sempre a qualcos'altro da sé (ed è per questo che è definibile come un'allegoria). Ma un'allegoria non è pop, ed è questo il punto. Perché Britney, a differenza di Gaga, vive della materia di cui è fatto il mito (Pop), come lo erano Elvis, Marilyn, financo Garbo in qualche modo, tutti personaggi che, ognuno a modo suo e secondo la logica estetica del proprio tempo, nulla hanno avuto a che fare con il «mondo»: erano ciò rappresentavano. Quanto qui detto, va da sé, vale per tutte le star della Pop Music che fanno il passo oltre nell'ideologia politica, sociale e culturale. Ad esempio Madonna e Michael Jackson, come ha scritto anche Mecacci: «Madonna sconfessa se stessa ogni volta che cerca un'autenticità ideologica, questo è il rischio kitsch della sua arte, altrimenti geniale. Lo stesso Michael Jackson, più giustificabile per via della disneyzzazione del proprio ego, si è reso protagonista di simili operazioni: la solidarietà piccolo borghese di «We Are the World», l'antirazzismo fuori tempo massimo di «Black or White», l'ecumenismo filantropico ed ecologico di «Heal the World». Meno ingenua, Madonna si è professata paladina delle minoranze (di massa) in una caotica miscela di anticlericalismo un po' becero, umanesimo *camp*, femminismo di posa. Il mondo ha amato, giustamente, e continua ad amare, altrettanto giustamente, Madonna per la sua sequela di riempipista irresistibili («Holiday», «Like a Virgin», «Into the Groove», «Vogue», «Ray of Light», «Music», «Hung Up»), ma quando si fa crocifiggere sulle note di «Live to Tell» nel *Confessions Tour* del 2006 o intona in lutto *Imagine* il 15 gennaio del 2005 per la raccolta di fondi allo *Tsunami Aid. A Concert for Hope* solo le perversioni ideologiche di un paganesimo sintetico possono rimanere cieche davanti alle più grandi performance kitsch che il pop abbia mai conosciuto». A. Mecacci, *L'estetica del pop*, p. 165

forse mai avuti dal pubblico del XX secolo, il quale si limitava appunto a consumare la merce estetica e così determinarne il successo. È la totalità dell'esistenza di Britney che in tale ininterrotta riscrittura mediale, in questo “gioco iconico” potremmo anche dire, diviene totalmente trasparente a noi, come noi a lei, lei a se stessa e noi a noi stessi. Dai 2000s l'essere della *celebrity* assume, così, una crescente connotazione partecipativa, collettiva e “social”, diventando un «inter-esse» e determinando una costruzione dell'immagine sempre di più appannaggio degli utenti e delle comunità online.

Si potrebbe vedere in ciò una parabola della stessa *celebrity*, “cominciata” alla fine dei 1920s con l'avvento di Greta Garbo, prima *celebrity* universale e prima star del cinema che ha trasformato se stessa in un *brand* globale e globalizzato; al punto che i film di Greta Garbo erano Greta Garbo (e in questo prima di lei forse solo Chaplin e, in misura minore, Rodolfo Valentino): non era solo la protagonista, era il plot in quanto tale, la sua *ratio*. Soprattutto, però, si dice che è stato il fenomeno Garbo ad aver “inventato” il collezionismo fanatico, patologico, di “immagini”, ed è questo – il potere dell'immagine partecipabile e consumabile a livello globale – che – per una compiuta ontologia della *celebrity* – ne marca la differenza per rispetto alle prefigurazioni ancora parziali e/o provinciali come Sarah Bernhardt, Eleonora Duse, Lyda Borelli od anche Francesca Bertini, peraltro, *de facto*, colei che ha “formalizzato” molte delle caratteristiche costitutive del divismo.

Ma in Garbo la vicinanza a noi, la sua consumabilità, assumeva i tratti paradossali della lontananza: Garbo era partecipata (consumata) proprio nel suo essere impartecipabile, distante, inaccessibile, come le idee in alcune delle ipotesi de *Il Parmenide* di Platone o come nella logica antinomica delle teofanie divine di Gregorio Palamas: partecipabile nelle sue manifestazioni ed impartecipabile “per se”, nella sua persona/natura/essenza.³⁵ Ed è proprio questa lontananza nella vicinanza, o vicinanza nella lontananza, che, in fondo, definisce, l'essenza del divo, e, in misura particolare in Garbo, la sua natura “divina”. “Sopprimere la lontananza uccide. Non di altro gli dei muoiono, che dello stare in mezzo a noi” scrisse René Char in *L'Age Cassant*, e mai affermazione fu più vera nei confronti non solo dell'immagine Garbo, ma anche della persona, che paradossalmente – essendo lei, nei 1930s, l'immagine delle immagini – ha fatto della distanza dal mondo mediatico e dell'eremitica reclusività della propria esistenza al di là dell'obiettivo sia una cifra stilistica sia un modo d'essere. Una mistica, quella di Garbo, che ben si potrebbe definire come antimistica, cioè una mistica per la quale l'unione totale può avvenire solo nella completa disunione, appunto nella lontananza.

³⁵ Ci permettiamo di rimandare, dove abbiamo affrontato tale questione, a L. Marras, *Antinomia e Identità. Florenskij e il problema del Nome di Dio nella disputa dell'Athos*, «democrazia e diritto», 3-4, 2008 (Teologia politica), pp. 230-265. Per una lettura della questione più generale ed aggiornata si veda T. Pino, *Essence and Energies: Being and Naming God in St Gregory Palamas*, Routledge, London-New York, 2023.



Garbo fotografata da Clarence Bull (per la campagna promozionale di *The Kiss*, 1929) il quale sembra aver voluto rendere manifesto come se ella visse in una lontananza estetica mai colmabile, in un mondo altro ed inaccessibile, se non per il tramite di copie assolute come le fotografie.



Un altro celebre scatto di Bull ancor più contrastato, quasi a mettere in “chiaro” il “totalmente altro” di Garbo (da Matha Hari, 1932)



L'ancor più [celebre finale de La Regina Cristina](#) (1933), nel quale Garbo, per volere del regista Mamoulian, avrebbe dovuto esprimere: “Nothing, absolutely nothing. You must make your mind and your heart a complete blank”, quasi, ci viene da dire, in una involontaria prefigurazione dell'assoluto Pop.³⁶

Con Britney tale configurazione del divismo appare compiuta e sublimata, addirittura trasfigurata: la mistica del divismo è, per la prima volta nella storia della *celebrity*, autenticamente fusionale, unitiva, partecipativa in maniera ontologicamente sociale e digitale, come un oggetto realmente consumabile e controllabile attraverso una sorta di «framing effect» di massa, social e mediatico.³⁷ Questo è potuto accadere appunto perché

³⁶ Per una diversa lettura del valore estetico dei film di Greta Garbo, quasi sempre “divorati”, in qualche modo eclissati, dalla sua devastante presenza iconica e, forse anche per questo, spesso poco considerati dalla critica cinematografica, si veda l'eccellente M. A. Vieira, *Greta Garbo. A Cinematic Legacy*, Harry N. Abrams Inc. Publishers, New York, 2005. La citazione su Mamoulian, che riprendiamo da questo testo, è a p. 185. Ancor più interessante, quantomeno per quanto in questo nostro scritto è in oggetto, la successiva spiegazione di Mamoulian: «With a tragic ending like this, no matter what feelings are portrayed by the actress – and they could range from hysterical sobs to a smile – some of the *audience* would disagree, would find them wrong. This was one of those marvelous spots where a film could turn every spectator into a creator. If the face is blank, just like John Locke's Tabula Rasa, then every member of the *audience* inevitably will write in his own emotions. Thus, the “expression” would be true for every spectator because it is created by his» (p.189). Per una spiegazione della realizzazione della famosa scena cfr. p. 188. Permettendoci di rispondere all'invito di Mamoulian, quello che dice che ogni spettatore di questa scena possa vedersi come un suo “creatore” (del significato e delle emozioni), ci permettiamo di ritenere che questo splendido *close up* finale in qualche modo sia replicato, magari non del tutto consciamente e per qualche curiosa forma di *translatio* stilistica e visiva, dall'ancora più celebre *close up* sullo Star Child nel [finale di 2001 Odissea nello spazio](#) di Stanley Kubrick del 1968, dove anche le musiche sembrano in qualche modo riecheggiarsi, e l'imperscrutabile sguardo dello Star Child, esattamente come quello di Garbo, proprio nella sua imperscrutabilità sembra essere in grado di poter vedere e sapere ogni cosa, e quindi essere pronto a qualsiasi eventualità.

³⁷ Con «framing» in questo contesto non si riferisce soltanto al modo in cui qualcuno viene presentato, descritto o rappresentato (principalmente dai media), al fine di influenzare la percezione degli altri nei confronti di quella persona, creando una cornice o un contesto interpretativo che modella la comprensione e l'opinione degli altri su qualcuno. Questo è sì quello che i media per venticinque anni hanno fatto a Britney Spears, ma il *framing*, quando utilizzato in maniera estensiva e mirata, al limite del [gaslighting](#) («psychological manipulation of a person usually over an extended period of time that causes the victim to question the validity of their own thoughts, perception of reality, or memories and typically leads to

il modo in cui le celebrità interagiscono con il pubblico è stato completamente riscritto dall'avvento dell'*Ubiquitous Computing*. La dimensione estetica e mediale della celebrità si riconfigura, così, attraverso la digitalizzazione delle informazioni e della comunicazione, ma soprattutto grazie alla partecipazione diretta del pubblico che la stessa digitalizzazione ubiquitaria ha permesso. La narrativa della celebrità già in principio dei 1990s – con l'apparizione delle piattaforme digitali come siti, blog, chat, forum etc., e garantita dalla diffusione di Internet – lentamente comincia a decentralizzarsi e rendersi autonoma dai tradizionali mezzi di comunicazione, ma allo stesso tempo è sempre di più influenzata dalla reazione praticamente immediata del pubblico, perdendo la sua unilateralità comunicativa.

Ed è così, che anche prima dell'avvento del [Web 2.0](#), Britney già era e poteva essere tutto quello che volevamo, pur fermo restando che aveva l'invidiabile capacità, ogni volta di nuovo, di essere allo stesso tempo pur sempre Britney.³⁸ Al punto che nei 2000s si è stati talmente partecipi di Britney Spears, che è stato come se vivesse grazie a noi e sotto la nostra tutela, in una sorta di *National Reality Show* e di «social conservatorship», sotto la nostra responsabilità, proprio come lo sarebbe una creatura di cui siamo i tutori. Britney Spears sembrava esistere solo in quanto immagine, in una iperbole fenomenologica, perché dietro a quelle immagini non sembra esserci niente (altro), non una persona “diversa” rispetto all'immagine, non una persona diversa dall'artista/*entertainer*, una donna rispetto al fenomeno, con una sua vita “propria”, ed a noi sconosciuta, rispetto a quella del personaggio pubblico. Britney è stata, in quanto tale, la propria immagine, totalmente “persona”, poiché il suo percorso di crescita in quanto essere umano è coinciso con la costruzione della sua immagine pubblica condivisa e consumabile, della sua «maschera». L'immagine Britney, allora, a differenza di quella Garbo o quella di altre celebrity moderne e postmoderne, assume l'aspetto del simulacro perfetto, iperreale, una copia senza alcun originale, senza alcuna persona “reale” ed è per questo che partecipare di una sua immagine diventa lo stesso che partecipare di lei “in carne ed ossa”. Garbo una volta ha detto: «People don't really want to see me in real life [...] They go to cinemas to forget their ordinary everyday existence».³⁹ Con Britney questo non è più possibile, perché non c'è più alcuno scarto tra persona e personaggio e quello che vedi nelle immagini e quello che è nella vita (iper)reale e non si vuole “vedere” Britney per dimenticare la propria esistenza quotidiana, ma per renderla “(iper)reale”, confermarne “l'autenticità” attraverso l'artificio.

confusion, loss of confidence and self-esteem, uncertainty of one's emotional or mental stability, and a dependency on the perpetrator»), può influenzare notevolmente la stessa persona di cui è oggetto. La rappresentazione di un individuo attraverso il *framing*, cioè, può plasmare non solo la percezione pubblica, ma anche la percezione interna di sé stessi. Quando una persona è esposta a determinati frame o narrazioni ricorrenti su di sé, il *framing* può anche avere un impatto significativo sulla psicologia e sul comportamento della stessa persona di cui è oggetto, e quindi, può influenzare il modo in cui si comportano le persone, che viene così a dipendere e comportarsi esattamente come le loro narrazioni ed i loro problemi decisionali sono stati ossessivamente incorniciati.

³⁸ «Her preternatural ability to satisfy the demands of her team and *audience* alike meant that at her early-2000's peak, Britney had created a persona that could take any form and still move records. She was a girl-next-door and an untouchable siren, a bubbly teen and a sophisticated career woman, a bimbo corrupting the children and a good Christian girl, a white-trash reality TV star and elegant red-carpet royalty, a spineless corporate tool and a visionary calling the shots. She cultivated intimacy and distance simultaneously. She dropped enough hints about her inner life to string us along, but never let us get too close. Her blank-slate quality, peppered with her star power, made her ubiquitous; she could become anyone her *audience* wanted her to be-and still be unmistakably Britney». N. Lasky, *Britney Spears' Blackout*, p. 3

³⁹ Cit. in A. Vieira, *Greta Garbo. A Cinematic Legacy*, p. 188.

Non è un caso, allora, che *Blackout* (l'album del suo presunto "ritorno") inizi con un pezzo come *Piece of Me*, in cui il ritornello suona appunto «You want a piece of me?», dove i «pezzi di sé» sono ovviamente le sue immagini, appunto oramai indistinguibili dal proprio sé. E non è neanche un caso, così riteniamo, che, fin dal titolo, ed ancora alla fine del 2023, l'autobiografia di Britney debba specificare al pubblico che dietro/dentro al fenomeno Britney, ci sarebbe pur sempre una donna «reale», Britney Spears. Appunto, però, «the woman *in* her» e non, anche, «the woman she *is*», come se il suo essere donna fosse qualcosa pur sempre di accessorio, non un qualcosa che «è» e la definisce in quanto essere umano, come "persona" e non solo come una "cosa" che il personaggio «possiederebbe», cioè una "sua" proprietà di cui – in ossequio a quel nuovo modo della vita in cui la persona si trasforma in capitale umano ed il proprio essere in risorsa di merce – poter disporre come meglio si crede. È anche per questa ragione che in esergo a questa sezione abbiamo citato l'affermazione di Britney Spears del 2023, e secondo la quale, nei 2010s, cercò di mostrare come dietro l'immagine Spears ci sarebbe una persona «reale», e per fare ciò avrebbe dovuto amplificare la sua presenza nei social media partecipativi, *de facto*, però, in questo denegando la sua intenzione. Difatti, ritenere di mostrare la realtà della sua persona/donna, attraverso i social media partecipativi – cioè il motore stesso, quello più sofisticato nei 2010s, dell'iperreale, della trasfigurazione "iperreale" della realtà, dove la rappresentazione ed i simulacri del reale diventano più reali e significativi della realtà stessa – non può che rivelarsi nel suo contrario, cioè confermare ed amplificare la natura sostanzialmente iperreale di Britney.

In questo senso, ed in maniera assolutamente antitetica per rispetto a Garbo (come anche rispetto a Marilyn ed Elvis), l'immagine Spears deve, e può, offrire agli spettatori tutto di sé, poiché non c'è scarto alcuno tra la Britney reale e quella virtuale, tra la dimensione dell'immagine e quella esistenziale. Britney, così facendo, ha in qualche modo realizzato concretamente quello che Warhol diceva di sé (in lui, però, in fondo venendo sconfessato al momento stesso che lo affermava e lo "spiegava", rifletteva): «Se volete conoscere tutto di Britney Spears, ascoltate le mie canzoni, guardate la superficie delle mie immagini e dei miei video ed eccomi, lì sono io. Non c'è nient'altro oltre a questo». ⁴⁰ Britney, un po' come le opere minimaliste dei *Sixties*, non allude a nient'altro se non alla propria "presenza" iconica, sia analogica sia digitale, ed iperreale, ed alla propria "esistenza" nel mondo virtuale dei simulacri. «What You See Is What You See», non c'è niente dietro, non un messaggio, magari profondo ed universale ed ideale, e neanche una persona "reale" diversa dalla sua "immagine". Partecipando delle immagini di Britney si partecipa anche di lei: «What You See Is What You Get». Perfettamente coerente con ogni ontologia Pop, in Britney il massimo della profondità è la superficie.

Ed è per questo che, come acutamente sottolineato sempre da Christopher R. Smit in *The Exile of Britney Spears*, un testo come *La retorica delle immagini* di Barthes non sembra più funzionare per una comprensione dell'immagine «Spears»,⁴¹ ben più adatta, forse, sarebbe una retorica videoludica, cioè una "retorica procedurale e generativa", perché le immagini non sono più qualcosa che, come le idee platoniche, sfuggono al divenire, al processo della loro consumabilità. Tutto ciò si evidenzia in maniera esemplare nel famoso scatto del 2006 in cui, con una *studiatissima involontarietà* dell'esposizione, i

⁴⁰ «If you want to know all about Andy Warhol, just look at the surface: of my paintings and films and me, and there I am. There's nothing behind it». Andy Warhol, 1967.

⁴¹ C. R. Smit, *The Exile of Britney Spears: A Tale of 21st Century Consumption*, p. 106.

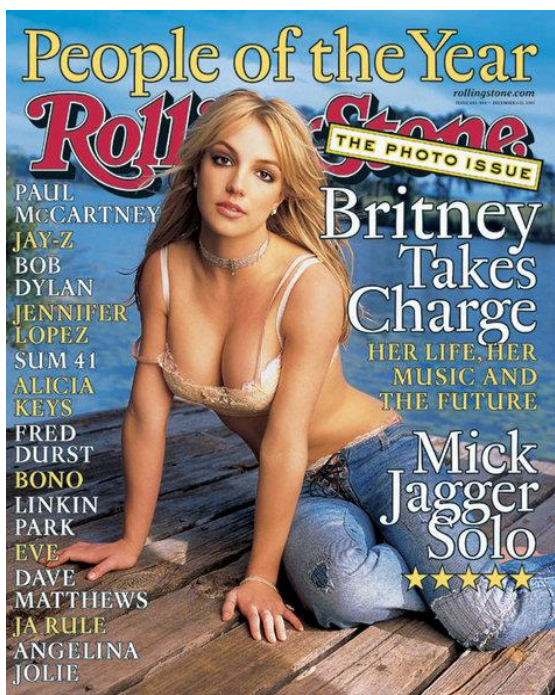
genitalia di Britney divennero un fatto di “dominio” pubblico; evento che “scosse” l’opinione pubblica statunitense ben oltre il mero ambito dei rotocalchi e del gossip. Oramai totalmente trasparente al pubblico – al quale offrì l’ultima cosa “privata”, intima, che possedeva, cioè la sua sessualità –⁴² fu quello scatto⁴³ a determinare, o meglio rendere pubblico, anch’esso partecipato, il principio della “tragedia” di Britney Spears, l’inizio della presunta fine,⁴⁴ la caduta in una perdizione che sembrava indicare come ella fosse

⁴² Si potrebbe sostenere, come poi mostrato in *The Woman in Me*, che una delle poche cose che i suoi manager/creatori, per ovvi motivi legati al puritanesimo del *mainstream* Usa, non rendevano pubblica era la sua precoce sessualità, che quindi probabilmente rimaneva il suo unico momento davvero “privato”: «Given that I had so many teenage fans, my managers and press people had long tried to portray me as an eternal virgin – never mind that Justin and I had been living together, and I’d been having sex since I was fourteen». B. Spears. *The Woman in Me*, §15

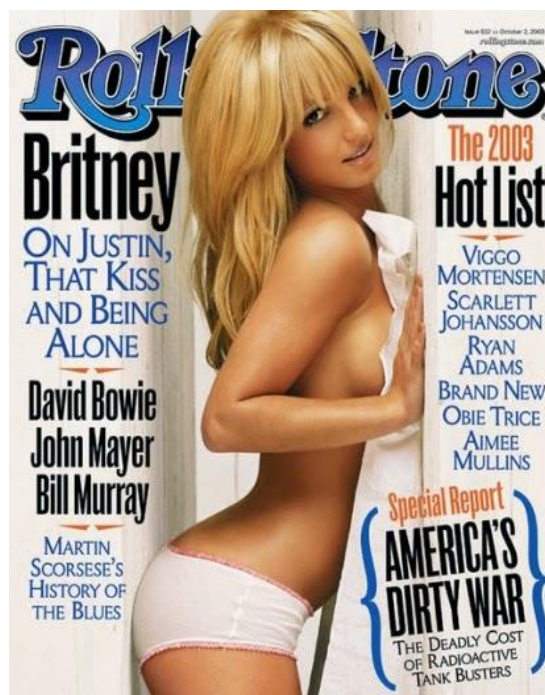
⁴³ Insieme all’altrettanto celebre frame del 2007 della scioccante “rasatura” dei suoi “bellissimi”, dionisiaci capelli, ed alle immagini in cui, armata di un ombrello, aggredisce alcuni paparazzi che la seguivano dappertutto. Britney Spears, nel 2023, ha ricostruito le due vicende. Sulla rasatura dei capelli: «In February, after not getting to see the boys for weeks and weeks, completely beside myself with grief, I went to plead to see them. Kevin wouldn’t let me in. I begged him. Jayden James was five months old and Sean Preston was seventeen months old. I imagined their not knowing where their mother was, wondering why she didn’t want to be with them. I wanted to get a battering ram to get to them. I didn’t know what to do. The paparazzi watched it all happen. I can’t describe the humiliation I felt. I was cornered. I was out being chased, like always, by these men waiting for me to do something they could photograph. And so that night I gave them some material. I went into a hair salon, and I took the clippers, and I shaved off all my hair. Everyone thought it was hilarious. *Look how crazy she is!* Even my parents acted embarrassed by me. But nobody seemed to understand that I was simply out of my mind with grief. My children had been taken away from me. With my head shaved, everyone was scared of me, even my mom. No one would talk to me anymore because I was too ugly. My long hair was a big part of what people liked—I knew that. I knew a lot of guys thought long hair was hot. Shaving my head was a way of saying to the world: *Fuck you. You want me to be pretty for you? Fuck you. You want me to be good for you? Fuck you. You want me to be your dream girl? Fuck you.* I’d been the good girl for years. I’d smiled politely while TV show hosts leered at my breasts, while American parents said I was destroying their children by wearing a crop top, while executives patted my hand condescendingly and second-guessed my career choices even though I’d sold millions of records, while my family acted like I was evil. And I was tired of it». Sull’aggressione ai paparazzi: «“What I’m going to do, Britney – all I’m going to do—is I’m going to ask you a few questions,” one of them said with that mean look on his face. He wasn’t asking if he could. He was telling me what he was going to do to me. “And then I’m going to leave you alone.” Alli started begging the men to go away. “Please, guys. Don’t, guys. Please, please...” She was being so polite, and she was pleading with them as if she was asking them to spare our lives, which it sort of felt like she was. But they wouldn’t stop. I screamed. They liked that—when I reacted. One guy wouldn’t go away until he got what he wanted. He kept smirking, kept asking me the same terrible questions, over and over, trying to get me to react again. There was so much ugliness in his voice—such a lack of humanity. This was one of the worst moments of my whole life, and he kept after me. Couldn’t he treat me like a human being? Couldn’t he back off? But he wouldn’t. He just kept coming. He kept asking me, over and over again, how I felt not being able to see my kids. He was smiling. Finally, I snapped. I grabbed the only thing within reach, a green umbrella, and jumped out of the car. I wasn’t going to hit him, because even at my worst, I am not that kind of person. I hit the next closest thing, which was his car. Pathetic, really. An umbrella. You can’t even do any damage with an umbrella. It was a desperate move by a desperate person. I was so embarrassed by what I’d done that I sent the photo agency an apology note, mentioning that I’d been in the running for a dark film role, which was true, and that I wasn’t quite myself, which was also true. Later, that paparazzo would say in an interview for a documentary about me, “That was not a good night for her... But it was a good night for us – ‘cause we got the money shot”». B. Spears, *The Woman in Me* (Ebook edition), 25 e 26.

⁴⁴ Voci su di una sua presunta fine che si ripeteranno nel 2019, dopo il suo secondo ricovero in una clinica psichiatrica (e [secondo alcune fonti anche in questo caso forzato](#)), soprattutto quando il suo manager Larry Rudolph ha dichiarato: «As the person who guides her career -- based on the information I and all of the professionals who work with her are being told on a need-to-know basis -- from what I have gathered it’s clear to me she should not be going back to do this Vegas residency, not in the near future and possibly never again». Ed effettivamente, al 2023, dal 2017 Britney non ha più realizzato alcun spettacolo live ed ella stessa,

prossima alla morte (tragica e/o maledetta, dannata, l'ultimo baluardo strutturale, forse il principale, della stessa *celebrity* moderna e postmoderna). Ma tale tragedia, ed è questo il punto, non è stata percepita come la tragedia di Britney Spears, ma come una vera e propria tragedia generazionale, una tragedia americana.



«Rolling Stone», 16/11/2001
(Photograph by Mark Seliger)



«Rolling Stone», 2/10/2003
(Photograph By Matthew Rolston)

A differenza di molte delle tragedie del divismo, questa è apparsa appunto come una tragedia dell'America stessa, della quale Britney è stata, e forse ancora lo è, la figurazione massimamente dionisiaca, ed appunto per questo assoluta; una tragedia, cioè, dove il genitivo deve essere inteso in senso sia soggettivo (particolare) sia oggettivo (universale): una tragedia americana ed una tragedia dell'America. La presunta tragedia di Britney diventa, quindi, anche una “nostra” tragedia, “la” nostra tragedia, perché siamo “noi” che consumando in maniera partecipativa la sua “immagine”, l’abbiamo “creata”, e quindi siamo noi ad essere “responsabili” (in senso «social») di una sua eventuale morte, come anche di una sua eventuale resurrezione. Nel 2006 la popolare ed autorevole rivista Time, scelse a sorpresa come “Person of the Year” non una singola persona in carne ed ossa, come era quasi sempre stato fino ad allora (se non nel 1982, anno in cui si scelse il Computer e nel 1988 in cui si scelse il pianeta terra), ma “You”, cioè noi utenti di Internet, che attraverso l’utilizzo del Web in maniera partecipativa, cioè attiva – grazie all’avvento della concezione di Internet definita come «Web 2.0», e della idealizzazione ed assolutizzazione del potere degli utenti di creare e modificare contenuti – eravamo in

nel settembre 2022, ha dichiarato (con un post sui social network, poi cancellato): [«I’m pretty traumatized for life and yes I’m pissed as fuck and no I won’t probably perform again just because I’m stubborn and I will make my point»](#). Il riferimento alla «essere traumatizzata» è ovviamente alla «legal conservatorship» a cui è stata sottoposta tra il 2008 ed il 2021.

procinto di cambiare non solo la percezione della socializzazione e della cultura, appunto quelle determinate dalla digitalizzazione delle interazioni simboliche, soprattutto nelle ricategorizzazioni del pubblico e del privato, ma anche, *mutatis mutandis*, della stessa nozione di identità e natura dell'essere umano.

Ecco, parafrasando quella celebre copertina, al momento della cosiddetta “tragedia” di Britney – quella andata in scena tra il 2005 ed il 2008, dove infierire su di lei aveva assunto la forma di un “social game”, quasi, com'è stato detto, di uno «sport nazionale»⁴⁵ se si chiedesse al pubblico “Chi è il responsabile della *tragedia* Britney Spears?”, la risposta probabilmente sarebbe la medesima del «Time Magazine»: *You*.⁴⁶



⁴⁵ Tant'è che a partire dal 2008 in Usa è stata proposta una legge anti-paparazzi soprannominata non casualmente «*Britney's Law*». Nel 2008, dopo vari incidenti e situazioni di pericolo per la sicurezza causati dall'assedio dei paparazzi intorno a Britney Spears e ad altre celebrità, in California è stato proposto un disegno di legge che intendeva limitare le attività dei fotografi nel perseguire le celebrità e violare la loro privacy. La questione della regolamentazione dei paparazzi e la protezione della privacy delle celebrità è stata oggetto di dibattito in diverse circostanze e contesti legislativi. Seppur non essendo (a nostra conoscenza) mai stata implementata a livello federale, molti stati ne hanno potuto promulgarne versioni e varianti che hanno impedito ad altre celebrity di essere vittime del feroce stalking mediatico a cui fu sottoposta Britney Spears, con le conseguenze che tutti conoscono.

⁴⁶ Una pressione ed una “cattiveria” mediatica su Britney che, va notato, cominciarono ben prima del 2006, in particolare quando – dopo che Justin Timberlake ha costruito una velenosa narrazione (finanche attraverso il video *Cry Me a River*) sulla loro relazione in cui ella veniva dipinta come la responsabile e la villain, narrazione da molti considerata misogina – si è cominciato ad accusarla di corrompere un'intera generazione di ragazzi e ragazze. Pressione “fotografata” da una parte dalla [celebre intervista di Diane Sawyer del 2003](#) e dalla altrettanto celebre e controversa dichiarazione, sempre del 2003, di Kendall Ehrlich, moglie di Robert Ehrlich, all'epoca governatore del Maryland, che arrivò a dichiarare che se ne avesse avuto la possibilità avrebbe “sparato” a Britney Spears, rea appunto di condurre verso la perdizione gli adolescenti della sua generazione: «[If I had an opportunity to shoot Britney Spears, I think I would](#)». Kendal Ehrlich in seguito [si è scusata per le sue inopportune dichiarazioni](#) su Britney Spears.

«Rolling Stone», 21 febbraio 2008 (Photograph By James White)⁴⁷

Non sembra un'esagerazione, allora, ritenere Britney come la prima, di certo la più celebre, vittima sacrificale sull'altare sì dei tabloid, ma anche, e soprattutto, dell'estetica del WEB 2.0 (e/o dell'UbiComp), quasi una legittimazione pubblica e tragica della riconfigurazione del sé nell'epoca della pervasività identitaria delle ICTs. Ed è anche per questo che a differenza delle *celebrity* del passato neanche la morte – come già detto l'ultimo baluardo di rivendicazione personale, nonché il principale della retorica stessa della *celebrity* moderna – appartiene più al divo come sua inalienabile possibilità: Britney, invece, in quanto *celebrity* ipermoderna è come se non abbia neanche il diritto di morire, a meno che tale morte non sia da noi decisa e (ri)scritta nelle sue precise modalità mediatiche da una scelta collettiva degli utenti e dei media. Poiché la costruzione dell'immagine diventa una partecipazione sociale e collettiva, il destino della celebrità appare ora nelle mani degli utenti e della comunità online. Ed è appunto in questa riconfigurazione della morte nella *celebrity* ipermoderna che si evidenzia quella dialettica della stessa *celebrity* di cui poco sopra facevamo cenno.

Attraverso Britney la *celebrity* (post)moderna (quella legata alla logica dei media tradizionali, dei tabloid, delle immagini rubate e/o estorte, della violazione della privacy, dei paparazzi) sembra compiersi e ricapitolarsi in chiave ipermoderna, in una nuova dimensione estetica e mediale ora legata alla logica «social», ed influenzata da una molteplicità di voci online. Quella dimensione dell'immagine, che appunto possibile solo con all'avvento dell'UbiComp e delle ICTs prima, ed il diffondersi del Web 2.0 (2005 circa) e la nascita dei «photo/video sharing/live streaming social networking service» poi (2010 circa), e che prima di ciò non solo non era possibile, non era proprio immaginabile, pensabile. Ed è così che la costruzione dell'identità diventa sempre di più un processo sociale e partecipativo, che permette agli utenti di influenzare la percezione pubblica del divismo attraverso commenti, condivisioni, modifiche, like, tweet, retweet ed in genere tutte le interazioni online. La costruzione dell'immagine non è più unilaterale, controllata e/o realmente controllabile (da sé, dagli agenti o dalla casa di produzione). Britney è stata, in questo, la prima *celebrity* «globale» che non ha mai potuto contare su di una reale barriera di separazione tra sé e il pubblico, poiché il pubblico stesso è stato da sempre parte integrante del processo di costruzione della sua immagine.⁴⁸ Al punto, ne abbiamo fatto già

⁴⁷ Qui è possibile leggere per intero [The Tragedy of Britney Spears: Rolling Stone's 2008 Cover Story](#).

⁴⁸ Continuando il parallelo con Garbo e Marilyn La differenza rispetto a Britney è notevole ed appunto si basa su diversi aspetti fondamentali del contesto storico-culturale, della tecnologia dei media e della percezione pubblica. Ecco alcuni punti chiave. Garbo e Marilyn hanno raggiunto la fama in un'epoca in cui il potere dei media era più limitato e controllato. Il cinema era il principale veicolo della loro immagine e la televisione era agli albori. Britney invece, è emersa nell'era digitale, con l'accesso a Internet, ai social media e alla televisione via cavo, che hanno permesso una diffusione molto più ampia e immediata della sua immagine e della sua musica, inimmaginabile solo venti anni prima. Garbo, d'altronde e come abbiamo già visto, era nota per la sua riservatezza, contribuendo a creare un'aura di mistero e inaccessibilità. Marilyn, sebbene più visibile e accessibile di Garbo, aveva comunque una presenza pubblica relativamente controllata, e, secondo gli standard dei 2010s, praticamente inesistente. Britney, al contrario, ha vissuto sotto gli occhi del pubblico in un'epoca di costante sorveglianza mediatica prima e condivisione sui social media poi, rendendo ogni aspetto della sua vita più esposto e soggetto al controllo del pubblico. In questo senso la società e la cultura hanno subito cambiamenti significativi tra l'epoca di Garbo e Marilyn e quella di Britney. Mentre Garbo e Marilyn rappresentavano certi ideali e norme del loro tempo, Britney ha dovuto navigare in un

cenno, che con l'avvento dei «photo and video sharing/live streaming social networking service», non ha colpito solo la logica dei tabloid e dei paparazzi, ma anche lo stesso divismo, che arriva a subire una sorta di contraccolpo in sé, sabotando sempre di più quella logica della lontananza che ne costituiva la sua caratteristica essenziale, la sua *ratio*. Al momento che il “divo” diventa – neoliberalisticamente – il “social manager” di se stesso (o, il che è lo stesso, qualunque manager di se stesso può diventare un divo) ed inflaziona la propria immagine al punto da apparire come uno di noi, mostrando cioè di possedere e vivere gli stessi “difetti”, “problemi” e “vizi” della gente comune nella loro vita “reale”, perde *de facto* la sua trascendente «immortalità», la sua “aura” divina. Di qui, già al principio dei 2020s, la mancanza di vere e proprie *celebrity* nel senso (post)moderno, non a caso dai 2010s sempre più effimere e modaiole, le quali, invece, per più di cento anni erano state la linfa vitale dello *stardom* e di *Hollywood*.⁴⁹

Se nei *Sixties* l'*audience* aveva cominciato ad assumersi una sempre maggiore responsabilità nella definizione dell'opera d'arte, messa in fase, come abbiamo detto, dalla sua presenza fisica nello spazio dell'opera-oggetto, dalle sue interazioni e dalla sua esperienza, dai 1990s lo spettatore, oramai interattivo, ha non solo visto aumentare ulteriormente le proprie responsabilità di riscrittura dell'«opera», essendo ora in grado anche di introdurre modificazioni sostanziali, financo irreversibili, ma è ora in grado di bypassare anche l'opera ed arrivare a modificare e/o costruire l'immagine dell'artista o, il che è lo stesso in un mondo occidentale oramai compiutamente iperreale, lo stesso artista, la sua vita privata e personale. Un po' come fu il minimalismo per Greenberg, che partendo dalla ricerca di una nuova declinazione della pittura oggetto, si è però spinto oltre, bypassando la pittura stessa, e mettendosi direttamente a creare «oggetti». L'*audience* nell'epoca dell'*Ubiquitous Computing*, sembra aver seguito una parabola simile: nelle sue sempre più raffinate possibilità tecnologiche e «social» di riscrittura e co-creazione artistica, ha compreso di poter bypassare lo stesso oggetto artistico, per mettersi direttamente a ridefinire o ricreare l'artista in quanto tale, la sua vita e la sua persona. Britney, così facendo, è diventata la sacerdotessa della de-estetizzazione del Pop in chiave

paesaggio culturale incerto, che includeva la crescente influenza dei media digitali, le sfide della vita sotto il controllo pubblico e un diverso contesto sociale, politico ed economico. La modalità di interazione con i fan e il pubblico, quindi, è stata radicalmente diversa. Mentre Garbo e Marilyn interagivano con il pubblico principalmente attraverso i loro film e apparizioni pubbliche occasionali, Britney ha vissuto sotto il controllo diretto e costante con i suoi fan attraverso la diffusione pervasiva delle ICTs, della rete, delle piattaforme digitali ed in ultimo dei social media. Marilyn e Britney, poi, hanno entrambe affrontato problemi personali sotto gli occhi del pubblico, ma la natura e la gestione di questi problemi sono state radicalmente diverse. La lotta di Britney con la salute mentale e la sua tutela legale sono stati esposti e discussi mediaticamente in maniera radicale e totale, mentre la vita personale di Marilyn, nonostante la sua tragica fine, è sempre stata avvolta in una certa discrezione rispetto agli standard dei 2000s. Insomma, mentre Garbo e Marilyn rappresentano l'era classica di Hollywood, con una celebrità più controllata e distante, spesso misteriosa, Britney simboleggia l'era della celebrità ipermoderna, caratterizzata da una costante visibilità, accessibilità e interattività con il pubblico.

⁴⁹ Non è un caso, così crediamo, che nel pop music il fenomeno di maggior successo a livello globale dopo i 2010s sia stato quello della **K-pop (Korean Pop)**, dove i supergruppi come «BTS» o «Blackpink» vedono la loro comunicazione attraverso i social network, e quindi la loro immagine pubblica, totalmente controllata dalle case di produzione (e/o **Chaebol**), dalle quali sono stati creati ed a cui “appartengono”.

high-tech e la profetessa del Web 2.0 – probabilmente anche di quella sua versione ancora a venire, e definita come «semantica»⁵⁰, appunto un suo *Beiherspielendes*.



Ed è proprio con la «tragedia» di Britney, e di converso, dell’America che il passaggio e la de–estetizzazione del Pop possono dirsi compiuti. È in questo senso, allora, che si può sostenere come tra il 1999 ed il 2008 Britney ha svolto quel ruolo «sociale» ed «estetico» che insieme ad Hegel⁵¹ e Fredric Jameson vogliamo definire come «mediatore che

⁵⁰ Con Web semantico s’intende è un’evoluzione del World Wide Web che mira a dare un significato più preciso e intelligente ai contenuti presenti online. Mentre il Web 2.0 si è concentrato sulla condivisione di informazioni e interazione sociale, il Web Semantico mira a migliorare la comprensione delle informazioni da parte delle macchine ed i sistemi informatici, cioè dispositivi e sistemi che possono elaborare, comprendere e analizzare il contenuto del Web in modo autonomo. L’idea fondamentale è appunto quella di aggiungere significato ai dati in modo che i computer possano comprendere e manipolare le informazioni in modo più avanzato. Attualmente, molte informazioni sul web sono pensate per essere lette da esseri umani, ma il web semantico cerca di rendere i dati e le informazioni presenti sul Web comprensibili anche alle macchine in modo autonomo. Al 2023 il Web semantico è ancora in uno stato di sviluppo e implementazione. Se è vero che ci sono stati progressi significativi nei concetti e nelle tecnologie associate al Web semantico, la sua piena attuazione e adozione su larga scala sembrano richiedere tempi, tecnologie e informatizzazioni ben più complessi di quelli ipotizzati in principio dei 2010s. Va da sé che l’avvento delle intelligenze artificiali generative (AI generativa), come ChatGPT, sembra permettere una profonda accelerazione verso il Web semantico e svolgere un ruolo importante sotto diversi aspetti: elaborazione di un Linguaggio Naturale (NLP); generazione di contenuti semantici; analisi più veloce e significativa dei *Big Data*; creazione di «ontologie» (cioè, in questo contesto, strumenti concettuali che vengono utilizzati per organizzare le informazioni in modo da renderle comprensibili alle macchine); supporto alla ricerca semantica al fine di permettere una migliore e più rapida di comprendere meglio delle *query* degli utenti e restituire risultati più pertinenti basati appunto sul significato, cioè sulla semantica. Tutto ciò per dire, che una reale implementazione di un Web semantico, connesso alla potenza della AI generative, potrebbe rendere le macchine capaci di creare contenuti (ed in fondo, lo stesso reale/iperreale) in maniera autonoma e ad una velocità prossima a quella dell’istantaneità.

⁵¹ Hegel affronta la questione della mediazione che sparisce ne *La scienza della logica*, al momento di spiegare il passaggio dialettico dall’essere/essenza all’esistenza. Passaggio molto complesso, se non impervio, cerchiamo di renderlo così, un po’ ingenerosamente: Hegel vuole mostrare come quando tutte le condizioni di una cosa sono soddisfatte, la cosa entra nell’esistenza. La cosa, prima di esistere, è considerata come un “essere” incondizionato. Questo “essere” è essenzialmente l’essenza della cosa, ma non ha ancora

sparisce».⁵² Un mediatore, cioè, che catalizza il passaggio da un'epoca ad un'altra, e che, una volta che ha portato all'esistenza un nuovo momento storico, portato a termine il suo

un'esistenza determinata. Quando le condizioni sono poste, la cosa passa da questo stato incondizionato a un «esserci», cioè a una determinazione specifica. Le condizioni della cosa diventano parte della sua esistenza, e queste condizioni sono riflessive, cioè dipendono l'una dall'altra. Il darsi delle condizioni è l'andare oltre l'immediato «esserci» e il processo attraverso il quale viene fondato qualcosa. L'aspetto essenziale di questo movimento è che una volta che tutte le condizioni sono soddisfatte, esse si tolgono come immediato esistere e presupposizione, e allo stesso modo il fondamento scompare. Il fondamento assume l'aspetto di un fondamento posto, il che significa che, anche se è fondamento, è tolto e diventa un essere immediato. La cosa sorge dal fondamento o dalla ragion d'essere, ma non è fondata in modo che il fondamento rimanga estrinseco ad essa; piuttosto, il porre è un movimento che esce dal fondamento e torna sempre su stesso, e così il fondamento scompare. Quindi, la cosa sorge, viene ad esistere nella sua completezza, come esserci, in un modo così immediato che è mediato solo dallo sparire della mediazione stessa. L'esistenza, in questo contesto, è l'immediatezza mediata dal fondamento e dalla condizione, ma questa immediatezza è identica a se stessa attraverso la rimozione della mediazione. L'essenza della cosa si unisce con se stessa attraverso il processo dialettico, e ciò che sorge è l'esistenza della cosa. Hegel può così «riflettere» sul passaggio dallo stato incondizionato all'esistenza, mettendo in evidenza come questo passaggio si dia nello svanire della mediazione e del fondamento durante il processo (dialettico). G. W. F. Hegel, *La scienza della logica*, tr. it. A. Moni (riv. V. Verra) Laterza, Roma-Bari 1994, Vol. II, pp. 534-535.

⁵² F. Jameson, *The Vanishing Mediator, or Max Weber as Storyteller* (1973 original title: *The Vanishing Mediator: Narrative Structure in Max Weber*), in F. Jameson, *Ideologies of Theory*, Verso, London-New York, 2008, pp. 309-343. Pur rischiando di semplificare più del dovuto una teoria complessa come quella di Jameson, e tralasciando qui il rapporto con logica dialettica hegeliana che la sottace, si può dire la figura del «Vanishing Mediator» che, analizzando *L'etica protestante* di Max Weber, si riferisce a un elemento o a una figura che media tra due fenomeni o momenti storici, culturali e sociali aiutando a rendere comprensibile ed accettabile il cambiamento storico e la transizione culturale. Tuttavia, alla fine, questi «mediatori» di nuove idee o tensioni sociali, una volta che queste idee sono pienamente integrate nella società ed assorbite dalla cultura dominante (sono passate effettivamente all'esistenza concreta, direbbe Hegel), diventano obsolete e/o vengono dimenticate nel corso del divenire storico. Non scompaiono, in quanto tali o quantomeno non necessariamente, ma come criterio di mediazione. Un esempio potrebbe essere una politica carismatica o un'ideologia che emerge in un momento di crisi o cambiamento sociale (che quindi può essere tanto la Riforma protestante, come anche un Napoleone). Questa figura o ideologia svolge un ruolo chiave nel mediare il cambiamento e fornire un senso di continuità o direzione. Tuttavia, nel corso del tempo, quando la società evolve ulteriormente ed appunto assorbe il cambiamento, questa figura o ideologia può essere dimenticata o superata, assumendo appunto l'aspetto di un «mediatore che svanisce» nel tessuto della storia: «There remains to be characterized the final transition to the situation of modern capitalism, and it is here more than anywhere else that Protestantism assumes its function as a "vanishing mediator." For what happens here is essentially that once Protestantism has accomplished the task of allowing a rationalization of innerworldly life to take place, it has no further reason for being and disappears from the historical scene. It is thus in the strictest sense of the word a catalytic agent which permits an exchange of energies between two otherwise mutually exclusive terms; and we may say that with the removal of the brackets, the whole institution of religion itself (or in other words what is here designated as "Protestantism") serves in its turn as a kind of overall bracket or framework within which change takes place and which can be dismantled and removed when its usefulness is over» (F. Jameson, *The Vanishing Mediator*, p. 331). Non a caso, crediamo, la riflessione di Jameson sul mediatore che sparisce, è databile all'inizio dei 1970s, proprio in una fase di radicale passaggio storico, quello che abbiamo sintetizzato attraverso le figure del *New Deal Liberalism*, che sta uscendo di scena, ed il neoliberalismo, che entra prepotentemente sul palcoscenico della storia, cambiando radicalmente il mondo della vita e la percezione del sé e dei rapporti sociali. Jameson utilizza il concetto di «Vanishing Mediator» per riflettere su questa radicale trasformazione della rappresentazione culturale in un contesto in cui da una parte le dinamiche del capitalismo avanzato volevano assorbire e neutralizzare le forze di opposizione o di critica; dall'altro l'affacciarsi del postmoderno/postmodernismo caratterizza una cultura sempre di più caratterizzata da una sorta di smaterializzazione delle idee e delle «grandi narrazioni», nonché dall'erosione di ogni connessione con le radici storiche e sociali tradizionali, dove le forme culturali non sono più radicate in tradizioni stabili o in una comprensione profonda delle condizioni sociali. Questa mancanza di radici storiche e sociali può ovviamente trovare la sua *ratio* nella diffusione della globalizzazione, nella velocità dei cambiamenti tecnologici e nella crescente influenza dei mass media.

ruolo, svanisce come mediazione. Si può dire, allora, che Britney è stata sia questo, il compimento – sempre differito – dell'estetica Pop postmoderna e il ponte mediatico verso il Pop ipermoderno e *social*, sia, allo stesso tempo, espressione di una forma dell'«immagine» che è talmente “immediata da essere mediata unicamente dallo sparire di ogni mediazione”, per dirla sempre con le parole di Hegel.

Essendo, quindi, più un evento creativo e partecipativo di massa che un fenomeno meramente estetico – se non, in senso appunto equivoco, come forma estetica di una de-estetizzazione, di un togliimento percettivo – Britney non si limita quindi a utilizzare un *medium* ed esservi veicolata (violentata?), ma diventa essa stessa un media partecipativo, un medium che sparisce; un medium che, appunto, agisce come un agente del cambiamento, plasmando paradigmi artistici e comunicativi prima di sfumare nell'obsolescenza o evolversi in qualcosa di nuovo. E lo è, un medium, al punto che la sua (presunta) resurrezione del 2008 si nutre della medesima logica della sua creazione (una logica appunto partecipativa e sociale), e appare come una vera e propria rimediazione di se stessa; mediazione questa, che appunto si dà ed accade solo nella sua sparizione, e che solo in questa continua sparizione ne permette l'esistenza: in quanto immagine completamente trasparente a sé per il nostro tramite (mediale e mediatico), e quindi una nostra responsabilità, la sparizione della mediazione veicola il nostro rapporto con l'oggetto esistente e la sua riproducibilità. La negazione degli opposti nella relazione iconica e partecipativa dell'immagine Britney, genera quindi una mediazione che non è mediazione, una mediazione che sta tutta nella sua sparizione.⁵³ Resurrezione presunta, dicevamo, culminata, poi, nel [soggiorno performativo di quattro anni a Las Vegas](#) (e dove altrimenti?) per una serie di show esclusivi, e che hanno contribuito a riscrivere la logica delle *Residency* a Las Vegas (solitamente considerata un luogo dove star in declino suggellavano il loro tramonto) con una serie di spettacoli da record che hanno confermato il suo statuto ed il suo potere di sovrana del Pop e certificato il suo secondo avvento; al punto che è stata più Las Vegas a beneficiare della sua presenza, che il contrario, cambiando per sempre «[the course of Sin City's musical landscape. What ensued was not just a revival of her own career but the transformation of the city into a thriving hub for contemporary pop sensations](#)».⁵⁴ Ed è così che da una parte il cerchio del Pop dei *Sixties*

⁵³ Si pensi a come il mondo della fruizione della *Celebrity* sia andato cambiando dopo La “tragedia di Britney Spears” e l'inasprimento delle leggi contro i paparazzi sulla scia della ricordata *Britney's Law*. Ma se le leggi antipaparazzi hanno contribuito a migliorare la situazione delle *Celebrity* nei confronti di “paparazzi”, è stata l'informatizzazione ubiquitaria e l'avvento dei social a ridimensionare – con l'avvento di Instagram *et similia* – l'importanza dei tabloid e quindi l'ossessiva ricerca di immagini scandalose per aumentare le vendite ed i profitti. Ecco, appunto un esempio – seppur sui generis e, per così dire, “Pop” – di una mediazione che sparisce per il tramite dell'Ubicomp, appunto una mediazione dove la sparizione della mediazione veicola il nostro rapporto con l'oggetto esistente e la sua riproducibilità.

⁵⁴ Britney Spears è stata la terza artista di maggior successo (137 milioni di dollari) nella storia delle *Residency* a Las Vegas, dopo Celine Dion ed Elton John. In questo senso, secondo altri punti di vista si ritiene che sia stata [Celine Dion ad aver per prima rivitalizzato Las Vegas](#) con l'incredibile *Residency* tra il 2003 ed il 2007 da oltre 300 milioni di dollari d'incasso. Dovrebbe essere chiaro, da quanto fin qui lungamente argomentato, che il primo motivo del perché prediligiamo Britney come *paideia percettiva* per Las Vegas è che Celine Dion, pur essendo una delle regine della musica «popular» (e non solo), non è Pop, e dell'immaginario appunto «Pop» per come qui da noi letto, non presenta né la natura iconica né quella archetipale. Celine Dion d'altronde, e per fortuna per lei diremmo, non è la sua immagine, è una donna che come professione fa la cantante, fa in maniera eccellente. Il secondo motivo è legato alla natura stessa degli show, che hanno rappresentato molto più di quello che può dire la mera somma degli incassi. Se [A New Day](#) di Celine Dion, era un'ottima serie di concerti performati da una eccellente cantante, [lo show di Britney durante la Residency](#) è stato una celebrazione (in senso propriamente liturgico) del «Las Vegas Way of Life»,

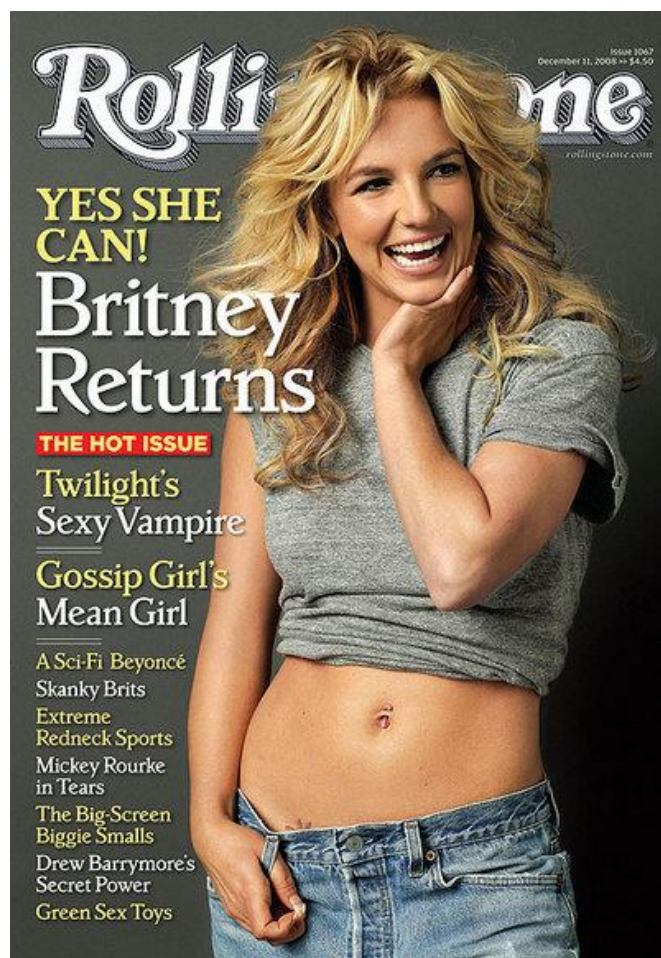
per davvero sembra chiudersi definitivamente. *Learning from Britney* si potrebbe anche dire, perché se Las Vegas nei *Sixties* fu il centro estetico, la paideia percettiva, nel medesimo tempo segno e simbolo, dove l'America poteva e doveva imparare ad essere se stessa, nei 2010s è la stessa Las Vegas e, quindi, l'America che devono imparare da Britney a ritrovare la strada verso il proprio essere, e così adeguarsi al nuovo orizzonte estetico. D'altra parte sembra in qualche modo “chiudersi”, raggiungere il suo fine, anche il cerchio di Britney, che partita da Disney nella seconda metà dei 1990s, nella seconda metà dei 2010s non poteva che arrivare a consacrare se stessa, come regina del Pop, in quel di Las Vegas, da un non-luogo ad un altro non-luogo. Ed è così che l'inizio e la «fine» (*Endzweck*) coincidono.

Insomma, l'«esilio» di Britney Spears – come visto quello a cui Smit ha dedicato un intero libro su Britney – non è qualcosa che avrebbe a che fare solo con la fase tragica della sua vita (2006/2008), ma anche con la sua fase paradisiaca (1999–2004) e con quella della sua rinascita artistica (2008/2017) e della sua tutela legale (2008–2021): è Britney stessa, fin dalla sua creazione come «media partecipativo» nelle fucine di Disney (e forse anche da prima), ad essere una forma di esilio, quello appunto determinato anche, se non soprattutto, dalla nuova categorizzazione dell'immagine, informatica e modificabile in maniera sociale e socializzata. Britney – esattamente come Meursault di Camus, Michel di Bresson e Travis Brickle di Scorsese – non vive in esilio, è *ut sic* un esilio. Tale condizione – esattamente come quella di straniero di Meursault, quella di *pickpocket* di Michel e quella di *Taxi Driver* di Travis – non è a lei estranea, situazione che magari ella subirebbe come un qualcosa di imposto od interpreta come fosse un ruolo, ma ne costituisce l'essenza, senza alcuna distanza e separazione, diventando una ineliminabile condizione esistenziale e, quindi, ontologica: la vita di Britney è, in quanto tale, un esilio da (lla possibilità di essere) se stessa. È in questo senso che dicevamo che Britney Spears è – senza scarto alcuno tra persona e personaggio – la sua immagine, perché dietro ad essa, appunto come in una autentica iperbole fenomenologica, non c'è nulla di diverso od altro.

e cercava proprio di replicare una «club-like atmosphere and the vibe of the casino». In questo, per parafrasare il Baudrillard di «America» già precedentemente citato, il *Las Vegas Residency Show* di Britney è un «panegirico dei valori americani, trasposizione idealizzata di una realtà contraddittoria che nasconde qualcos'altro, servendo a sua volta da copertura a una simulazione del terz'ordine. La *Las Vegas Residency* di Britney è lì per nascondere che la Las Vegas “reale” e tutta l'America “reale” non sono altro che una copia del *Las Vegas Residency Show* di Britney». Altrimenti detto, *A New Day...* di Celine Dion era un concerto, sì eccellente, ma pur sempre “solo” un concerto. Il *Las Vegas Residency Show* di Britney, al contrario, voleva essere un'esperienza identitaria e multisensoriale dove gli spettatori si dovevano sentire come parte dello Show e “vivere” «Las Vegas»: «Britney, Piece of Me, will be an action-packed performance hybrid of her old and new hits where club meets theater. We wanted the environment to be that way so people could come and have a good time and stand up and feel like they're in the show with me», disse Britney presentando lo show al pubblico. Insomma, il *Las Vegas Residency Show* di Britney, a differenza del *A New Day...* Concert di Celine Dion, era Las Vegas e, di converso, l'America: «It was an amazing and incredible accomplishment because in less than two hours, Britney changed the look of our Strip entertainment scene. For the first time, she single-handedly brought the spectacle of a touring arena show into a nightclub-like theater and pulled off the gamble with a flawless performance. It was the ultimate Las Vegas spectacular of an over-the-top EDM fest with the marriage of massive music videos to the look of Cirque du Soleil performers. Add the special effects of pyrotechnics, falling rain, driven snow, thunderclaps and two aerial stunts by Britney, and this was a visual feast of the senses. The video walls for the ornate, richly crafted “Circus” set were incredible; nothing like it has ever been seen before».

Di converso, vale anche quanto abbiamo poco sopra accennato, cioè che la «tragedia» della sua «[legal conservatorship](#)» non è un qualcosa che inizierebbe nel 2008 e finirebbe nel 2021,⁵⁵ perché dal 1998 al 2008 Britney Spears è vissuta sotto un'altra forma di tragedia, sociale e collettiva, quella che abbiamo chiamato appunto come «social conservatorship» partecipativa; altrimenti detto, il suo essere sotto tutela non è stato qualcosa che è accaduto in un momento della sua vita, ma che in fondo, e sotto diverse forme (parentali, sociali e legali), la definisce da sempre, spesso in modi ancor più subdoli e terribili, perché nascosti alla media della percezione cosciente, financo la propria. D'altronde, l'attivismo – ovviamente “social” – del movimento «[Free Britney](#)» nei primi 2020s, e che tanto ha contribuito affinché la «legal conservatorship» terminasse e Britney riacquistasse la propria libertà, non conferma, forse e paradossalmente solo in apparenza, come ella continui a vivere pur sempre sotto “tutela”: non una “legale”, bensì quella sociale e mediatica dei suoi fan, degli utenti e delle comunità online (le stesse che tra il 2005 ed il 2008 avevano contribuito alla sua «tragedia»). Proprio nel successo ottenuto dalle sue battaglie per la «liberazione» di Britney, il movimento «Free Britney» ha mostrato il potere detenuto dagli utenti/fan/pubblico nella capacità di plasmare, fosse anche in minima parte, il suo destino e nel controllo della sua immagine e quindi, in fondo, della sua «libertà». Mostrando, così, come la libertà, per un fenomeno come Britney, è stata e continua ad essere influenzata non solo dalle decisioni legali, ma anche dalla percezione collettiva del pubblico, ed in particolare dei suoi fan, degli utenti nel mondo digitale ed interattivo dei social e delle comunità online.

⁵⁵ Sulla questione della *conservatorship* di Britney Spears si veda il documentario di Samantha Stark «[Framing Britney Spears](#)» del 2021. «Framing Britney Spears», cerca di mostrare come i media hanno sempre cercato di rappresentare o interpretare la «storia» di Britney Spears in un modo specifico al fine di influenzare la percezione del pubblico nei suoi confronti. Il titolo suggerisce che la narrazione mediatica ha giocato un ruolo significativo nel formare l'opinione pubblica su Britney Spears e sulla sua vita personale, in particolare in relazione alla sua tutela legale. Il documentario di Stark, quindi, solleva questioni sulla tutela legale della cantante e sul modo in cui è stata rappresentata dai media, invitando gli spettatori a riflettere criticamente su come la narrazione mediatica può influenzare e creare la percezione di una persona pubblica e la sua narrazione.



«Rolling Stones», 11/12/2008 (Photograph by Peggy Sirotta)

Ed ecco, allora, perché Britney, tra il 1999 ed il 2008, può davvero essere considerata come figurazione perfetta, nell'ambito della cultura Pop (che, poi, come già detto, dopo il 1980s nell'occidente angloamericano appare come l'unica forma di cultura conoscibile dalle nuove generazioni),⁵⁶ di un «mediatore che sparisce» nel tessuto della storia, perché “media” (nel senso sia che fa da tramite sia che lo fa attraverso una sovraesposizione mediatica ubiqua e pervasiva, multimediale), il passaggio da un'epoca (quella analogica, finanche quella postmoderna) all'altra (quella digitale partecipativa, ipermoderna), e lo fa rendendo la mediazione, e quindi il passaggio, spesso inconscio alla percezione sociale; e così facendo, attraverso la sua immagine, far vivere, esperire, certificare ed accettare questo passaggio, senza esserne pienamente coscienti, diventandone consapevoli, eventualmente, non solo una volta che è accaduto e si è compiuto, ma soprattutto quando sta già finendo,

⁵⁶ Come abbiamo avuto modo di vedere ne *La sparizione del Design* e nel *Il mondo della vita nell'epoca dell'Internet of Things* il ruolo perfetto di mediatore che sparisce a livello socio culturale è da attribuire all'Ubiquitous Computing, perché si realizza come orizzonte di senso, come un invisibile e pervasivo vettore coesivo e identitario della società, e che, appunto nel suo sparire e stare tutto in questa sparizione, funge da impercettibile, ubiquo, regolatore del sistema sociale. D'altronde, come abbiamo accennato in un'altra nota poco sopra, l'UbiComp (e/o Internet of Things) tanto è pervasiva tanto è trasparente, e più è trasparente più funziona *in absentia*, come vettore coesivo e principio organizzatore della società, come un inconscio sociale e/o un supertrascendentale.

passando in qualcos'altro ancora. D'altronde in fondo non è sempre così, che un'epoca la si capisce realmente solo al momento della sua fine?

Anche la presunta “scomparsa” di Britney dall'orizzonte mediatico globale dopo il 2009 non fa appunto che confermare questo suo ruolo di mediatore, cioè di mediatore che sparisce. «Scomparsa» nel senso che se nella cesura temporale del 1999-2008 Britney copriva con la sua ombra l'intero spettro mediatico dell'immaginario Pop nella sua nuova configurazione digitale ed autenticamente partecipativa (cioè partecipativa di massa), dopo il 2009 ella ha dovuto dividerlo con altre figurazioni estetiche e, soprattutto, mediali.⁵⁷

In ogni caso, il successo commerciale del Circus Tour e, soprattutto, quello già ricordato della *Las Vegas Residency*, dipingono un paesaggio Pop dove Britney è tutt'altro che definibile come “scomparsa”.



The Circus: Starring Britney Spears

E si faccia attenzione, ciò che risulta determinante di questo arco temporale, e vogliamo qui concludere, non sta però *solo* nella natura informatica dell'immagine, e neanche nella

⁵⁷ Di certo, tra il 2013-2023, tra i fenomeni popolari che hanno avuto un successo non solo meramente commerciale, è da ricordare quello, senza precedenti, del videogioco «GTAV» di Rockstar Games. GTAV, infatti, che più che un videogioco è definibile come un'«epoca storica», considerato l'impatto “devastante” avuto non solo sull'industria dell'Entertainment, ma anche sull'industria culturale in quanto tale, contribuendo a rimodellare l'esperienza contemporanea in modi significativi e diversificati e diventando, così, un riferimento culturale universale, immediatamente riconoscibile anche da coloro che non sono appassionati di videogiochi.

sua essenziale modificabilità. Ciò che determina uno scarto, per così dire ontologico, risiede nell'accelerazione temporale e sociale della possibilità di tale modificabilità.⁵⁸ Se infatti le piattaforme di “photo/video sharing/live streaming social networking service” nella loro ridefinizione della logica del divismo offrono alle celebrità un nuovo spazio – libero dal controllo dei media tradizionali, dalle case di produzione e da agenti e manager – per gestire e costruire in maniera più autonoma la narrazione della propria immagine, dall'altro, allo stesso tempo il rischio è quello di perderne ugualmente il controllo a causa del potere degli utenti di influenzare direttamente la percezione pubblica della celebrità attraverso interazioni online, della natura intrinsecamente modificabile dell'immagine digitale e, soprattutto, della rapidità con cui le informazioni si diffondono online.

Per questa ragione, pur avendo un certo fascino archeologico ritenere che un regista come Vertov abbia anticipato – con le sue teorizzazioni sperimentali di un cinema–diario realizzato attraverso la partecipazione di chiunque avesse a disposizione una macchina da presa – il Web 2.0, rischia forse di non tenere in debita considerazione lo scarto, appunto ontologico, tra un'immagine analogica, con i suoi tempi di realizzazione riflessivi e quindi mediati e controllabili, ed una immagine informatica che ha possibilità di modificarsi con il contributo di “molti” nello stesso momento e senza che questi molti siano consapevoli delle modificazioni che “altri” stanno effettuando nel medesimo “istante”. Con l'informatizzazione di massa, infatti, la possibilità della modificabilità dell'immagine nel senso di un flusso interrotto e non interamente controllabile, diventa accessibile a tutti noi, attraverso una circolazione, pervasività ed ubiquità possibile solo grazie alla diffusione delle ICTs e dell'*Ubiquitous Computing*, del Web 2.0 e/o dei Social Network e delle AI generative, e, quindi, lo è in una multi-temporalità e ad una velocità prossima a quella dell'istantaneità. Si pensi al fenomeno, ancora criticamente impensato del *Deepfake* e della *Deep forgery*, dove i confini tra copia ed originale diventano, e questo al 2022, davvero complicati da definire.

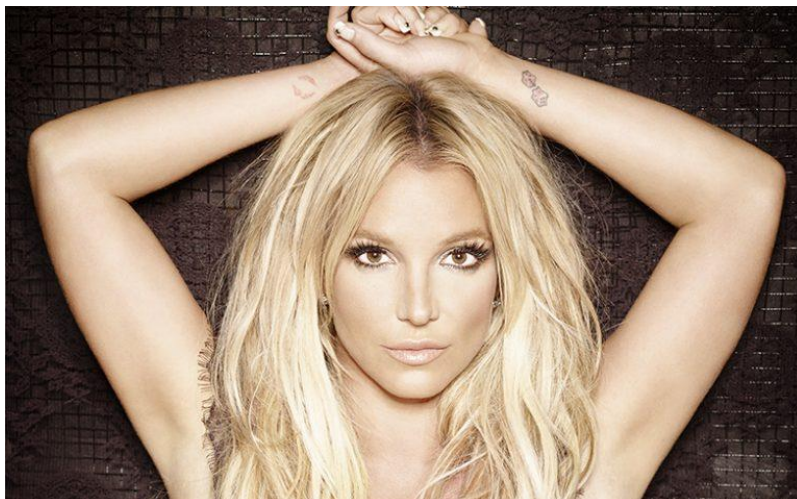
È attraverso questa figurazione dell'*imago medialità*, seppur nei primi 2000s in maniera tecnologicamente ancora rudimentale, che Britney ha assunto l'aspetto di un mezzo di (ri)produzione completamente socializzato e, quindi, quello di una inviolabile *proprietà «social»*. Ed è questo suo stesso essere una sorta di *user generated content* – o, in una corrispondenza isomorfa tra naturale e digitale, “lo” *user generated content* perfetto, che è un qualcosa di *diverso* da ogni idea di “*absolute fake*” – che si rivela la natura della sua (e della nostra?) “tragedia”.

Si viene così a mostrare, una curvatura nella natura della consumabilità, la quale non conduce unicamente alla “distruzione” per il tramite della “digestione”, come è nell'ontologia propriamente Pop, ma anche ad una continua creazione e modificazione, cosa che quindi determina uno sfasamento, uno smarcamento, uno slittamento, appunto una trasfigurazione, dell'idea Pop per come si è andata storicamente categorizzando nei *Sixties*.

Per questa ragione – almeno in una percezione di tipo tardo-capitalistica e neoliberale – anche dal punto di vista estetico sembra manifestarsi un ulteriore cambiamento nella

⁵⁸ Cfr. T. Scott Barker, *Time and the Digital: Connecting Technology, Aesthetics, and a Process Philosophy of Time*, Dartmouth College Press, Hanover, 2012.

stessa essenza dell'essere umano; cambiamento del quale, ed ancora in principio dei 2020s, è difficile determinarne l'effettiva portata e le reali conseguenze.



Giornaledistoria.net è una rivista elettronica, registrazione n° ISSN 2036-4938.

Tutti i contenuti pubblicati in questa rivista sono Copyright degli autori e, laddove non diversamente specificato, sono rilasciati con licenza Creative Commons: **Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)**



Per ogni utilizzo dei contenuti al di fuori dei termini della licenza si prega di contattare l'autore e/o la Redazione, al seguente indirizzo email:

redazione.giornaledistoria@gmail.com

This essay contains material that may be protected by copyright law. The use of the copyrighted material is consistent with the principles of fair use, as established under copyright law, and solely for critical, educational, and non-commercial purposes. The inclusion of copyrighted material herein is not intended to infringe upon the copyright holder's rights or to detract from the market value of the original work. If you are the copyright holder of any material included in this essay and believe that its use does not constitute fair use, please contact the author or the publisher.

The publisher has no responsibility for the persistence or accuracy of URLs for any external or third-party internet websites referred to in this book/article, and does not guarantee that any content on such websites is, or will remain, accurate or appropriate.