

Immaginari sociali e serie TV: narrazioni e visioni del sentimento nostalgico

Fabio La Rocca
Université Paul-Valéry Montpellier 3

Abstract

TV series are the corollary of observation of the social world through which we encounter the various imaginaries at work in the arcana of reality. The intention here is to illustrate the narrative power of the series as an element that puts into circulation themes of everyday life and our interpretation is realised from the perspective of understanding a worldview shaped by the images, symbols, myths that forms the social imaginary. By means of various examples, we will follow this imaginary excursion in order to detect significant fragments of an imagining of the world. The aim is to show how series indicate narrative elements that constitute the diversity of our society and the implication of the collective imaginary.

Keyword: Imaginary; Social Reality; Tv series; Narration; Understanding.

Serie TV: specchio di conoscenza e realtà empirica

Le serie tv rappresentano indubbiamente un laboratorio di analisi sociologica del mondo contemporaneo e ci permettono di interrogarci su diversi fenomeni, fungendo in questo modo da specchio del vissuto sociale del nostro tempo. Medium privilegiato della cultura attuale, le serie mettono in circolazione frammenti, miti, simboli, stili, toni e atmosfere in un'incarnazione delle dinamiche socio-culturali da cui emergono questioni e interpretazioni, cognizioni e percezioni di una realtà sempre più diversificata e amplificata dall'immaginario seriale come forma di riproduzione del reale.

Nel loro susseguirsi nel panorama culturale, le serie tv stimolano una forma di trasformazione narrativa del sociale con una tematizzazione attraverso le particolarità di genere, da intendere come un tratto incisivo di quello che si vive, di un attraversamento dell'epoca nell'*hic et nunc* dell'esistenza. Questo significa che alcune tendenze socio-culturali sfociano nell'immaginario seriale come base di riflessione su pertinenze socio-estetiche, che vanno dalla fantascienza apocalittica o post-apocalittica, all'ancoraggio nella distopia sociale dell'immaginario tecno-scientifico-culturale; dall'evoluzione di costumi al ritorno del passato in forme nostalgiche, elementi questi ultimi su cui baseremo nello specifico la nostra riflessione. Per questo, è possibile pensare la narrazione seriale come una forma di complessità nel senso originario del termine, ovvero *complexus* di svariati elementi legati insieme, quindi un "rilegare". La complessità della realtà sociale si aziona per mezzo delle serie tv che condizionano il nostro quotidiano, lo fanno vibrare e lo presentano nelle sue molteplici variazioni che, allo stesso tempo, sono anche direzioni di senso che, attraverso l'interpretazione, si diramano nello spazio culturale e socio-antropologico come elementi del processo di conoscenza. L'obiettivo, o meglio uno

degli obiettivi, della conoscenza è quella di comprendere la realtà sociale e come essa si costruisce e ricostruisce. Questa realtà è giustamente complessa nel senso che non la possiamo determinare e comprendere in una visione lineare, ma piuttosto dobbiamo posizionarci in una dimensione di apertura del pensiero, che si dirama per mezzo del tessere insieme elementi e discipline. Ebbene, ripensare la realtà sempre in costruzione, come ci insegnano nel loro classico studio Peter Berger e Thomas Luckmann (1966), ci porta a considerare la sinergia della complessità come modo di pensare il sociale. Su questo aspetto si basa la conoscenza che certifica come i fenomeni sono reali con le loro caratteristiche specifiche. Se noi abitiamo un mondo che è reale, ciò indica che questo stesso reale è composto ugualmente dalle radici dell'immaginario sociale che feconda il mondo e lo struttura. Reale e immaginario sono un continuum logico dimostrativo della strutturazione della realtà sociale, co-implicati e dunque non divisi, nella direzione di produzione di senso e conoscenza sulle cose del mondo. L'immaginario è un accesso al reale il quale si forma e si ri-forma per mezzo di miti, simboli, immagini che sono fondamenti dell'essere al mondo, del modo in cui abitiamo questo mondo. Noi abitiamo il mondo anche attraverso e per mezzo dello schermo e delle immagini che ci proiettano nell'esperienza, in quanto immersi in una cultura visiva che, come illustra Erkki Huhtamo (2006), uno degli specialisti della *screenology*, si lega a bisogni sia sociali che culturali e spinge a interrogarci sulle strutture del vedere per giungere alla conoscenza. Di fatto, ci proiettiamo in quella che possiamo indicare come una *weltanschauung* che mette in narrazione il mondo per mezzo della visualizzazione e della "epidemia delle immagini" (La Rocca, 2018, p. 7), entrando così in quella "visione del mondo" che incide sul pensiero e sulla conoscenza. D'altronde, bisogna evidenziare che, in quest'ottica di conoscenza, la questione della vita quotidiana è un elemento che dà senso all'evoluzione culturale dell'immagine, in quella che Edgar Morin (1956) illustrava come una visione magica (per lui era il cinema nello specifico) che è reale e soggettiva e corrisponde al processo classico di "proiezione-identificazione". L'analisi di Morin mette in evidenza la forza dell'immaginario intrisa nel reale in quanto il quotidiano e il fantastico sono la stessa cosa e la società ha bisogno di "duplicare" la vita quotidiana. Nella logica di questo discorso le serie tv rappresentano una dimensione narrativa del contemporaneo, come un "doppio" del quotidiano che si amplifica nelle immagini schermologiche con cui attraversiamo stili e rappresentazioni della realtà sociale, in un "tragitto dell'immaginario" (Durand, 1960) che evidenzia la forza motrice della significazione.

Le serie tv vanno considerate come dei veri strumenti di ricerca in un'ottica di comprensione delle rappresentazioni collettive e dell'immaginario sociale. Sono da rivendicare come terreno empirico e pratico di studio in profondità della realtà, in quanto ci immergiamo come pratica metodologica nelle immagini per trarne le significazioni narrative che ci permettono di dire e raccontare il mondo, attraverso uno sguardo di percezione soggettiva per oggettivare i fenomeni che si mostrano.

Sentire *aestetic*

C'è tutta una portata euristica nelle serie tv tale da poter decifrare e interpretare i modi attraverso i quali possiamo immaginare il mondo sociale nei suoi diversi frammenti, offrendoci l'opportunità di accessibilità alle molteplici dimensioni del sociale, ai miti da

cui attingono e i simboli che veicolano. Esse plasmano, potremmo dire, gli immaginari e le pratiche sociali, in quanto ritraggono gli elementi del corpo sociale (stili, tendenze, appartenenze, illusioni...) che si esprimono attraverso l'estetica dello schermo. Un'estetica che dobbiamo comprendere nella significazione di *aisthesis*, ovvero di un sentire comune e una partecipazione affettiva, quindi una relazione di convergenza e influenza. Per i greci, ricordiamolo, questa nozione indica sensazione e sensibile. Effettivamente, oltrepassiamo l'idea dell'estetica come semplice teoria dell'arte e giudizio sull'opera, per entrare nel profondo della significazione: l'esperienza sensibile, come ci mostra la brillante teoria di Gernot Böhme (2010 [1995]) sulla "nuova estetica", da intendere come "percettologia". Ovvero, questa "nuova" estetica concerne una teoria della percezione che conduce a leggere la realtà, sempre più estetizzata secondo Böhme, così come ci appare e si presenta e i modi in cui influenza il sentire degli individui. In questa direzione, il medium serie tv è e rappresenta un modo di sentire, uno spazio dove si radica il sentire e ci trasporta, in linea con il pensiero di Baumgarten a cui fa riferimento Böhme, verso una "teoria della conoscenza sensibile".

A nostro avviso, sulla scia di questa ispirazione teorica, potremmo proporre un'atmosfera delle serie tv, il che indica una modalità di esperienza sensibile che ci colpisce emotivamente. In questo senso, dalle immagini delle serie si emana un condizionamento sulla nostra percezione della realtà, o meglio un prolungamento del senso sulla stessa realtà. La realtà emana dalle immagini e per questo le serie tv appaiono come strumento ideale per illustrare e disegnare traiettorie di senso che dipingono il nostro mondo. La realtà è nell'immagine e quindi la sentiamo per mezzo delle proiezioni da comprendere come un'esaltazione di quello che si vive, una scenografia del sociale che irradia il campo della riflessione e del tragitto dell'immaginario. La prosa di Baudelaire, al tempo della nascita della fotografia, in una curiosa raccolta di testi di critica di arte pubblicata postuma e intitolata *Curiosités esthétiques* (1868), emetteva una previsione, condannando il realismo e affermando che la felicità del sogno nell'arte era messa in pericolo dall'invasione della fotografia e della "grande follia industriale" e il popolo (di spettatori, aggiungeremo noi) vedeva sminuire "la facoltà di giudizio e sentire ciò che è più etereo e immateriale". Baudelaire si interrogava sul processo della facoltà di giudicare, che, a suo dire, veniva meno con il progresso tecnico-scientifico, che toglieva la parte di immaginazione e sogno (l'immateriale) all'artista. Benché la riflessione del poeta francese si riferiva piuttosto all'arte pittorica ed era ben contestualizzata in un dato momento storico, ovvero quello di una modernità in gestazione, nella situazione contemporanea dovremmo riflettere piuttosto su come l'immagine e, nel nostro caso di riflessione, le serie tv apportano un aumento di stimoli di captazione dell'immaginario sociale, che non è una questione di sogno ma piuttosto di approccio del reale, contaminazione e sublimazione. Non si tratta più di una "facoltà di giudizio", su cui si basava anche l'opera di Kant, dunque della questione estetica come "bellezza": si tratta, piuttosto, di rivelare come le serie tv attraverso la loro natura percettologica sono uno specchio delle realtà, una "mostrazione" di frammenti che incidono sull'immaginario collettivo come base di un sentire "aestetico", che abbatte il confine tra reale e immaginario. L'atto di "mostrazione" riguarda la potenza delle immagini e le loro qualità, che permettono di mostrare come la realtà si rappresenta. Significa dunque un'indicazione, nel senso dell'etimologia del termine latino *mostratio*, che ci conduce a un rapporto di simultaneità e sincronia dello

sguardo e della visione nel registrare qualcosa a cui prestiamo attenzione in un'azione del vedere ciò che è, come una forma narratologica della realtà.

Per questo teniamo a sostenere il ruolo fondamentale delle serie tv nell'atto di produzione e diffusione di un immaginario collettivo su cui si fonda il sentire comune, in quanto media e immaginario sono strettamente associati nell'azione di ridefinire congiuntamente le categorie della conoscenza del mondo, della percezione e dell'esperienza e devono essere visti nella qualità di strumenti teorici per esplorare la complessità del mondo. Questa complessità è anche il segno di un'esplorazione delle possibilità di metodi e modelli teorici per comprendere le pratiche sociali, l'ambiente socio-estetico e la produzione di elementi di lettura dell'immaginario come miti, simboli, linguaggi, archetipi. L'immaginario per lungo tempo è stato relegato ai margini della conoscenza scientifica e considerato come un santuario di chimere nella comunità accademica, all'interno della quale è stata eretta una forte opposizione tra reale e immaginario, con la conseguente dicotomia filosofica di immaginazione contro ragione, virtuale contro reale. Senza ripercorrere le diatribe storiche che hanno condotto ad accantonare l'immaginario dalla ricerca scientifica, nella nostra contemporaneità dobbiamo considerare la potenza dell'immaginario come metodo e campo disciplinare. La sociologia dell'immaginario rappresenta una visione del sociale, dotata di polisemia tematica e trasversalità, che analizza l'elaborazione della conoscenza del mondo e, di conseguenza, colloca le rappresentazioni collettive, le credenze, il simbolico, i miti e il potere dell'immagine nella riflessione sul sociale. L'immaginario circola quindi anche attraverso le serie tv e partecipa alla conoscenza, in quanto le immagini sono vettori di idee e accompagnano la conoscenza e la comprensione. Del resto, comprendere da un punto di vista paradigmatico e epistemologico significa anche costruire possibilità: in questo senso, l'immaginario è legato alla dimensione della conoscenza, fonda percezioni, nozioni e visioni della realtà sociale, forma schemi nella mente e contribuisce alla presentazione del mondo attraverso, ad esempio, la proliferazione delle serie tv. Le immagini, secondo la teoria dell'immaginario di Gilbert Durand, rappresentano concetti e questa associazione può aiutarci a rivelare ciò che è nascosto; le immagini, quindi, abitano la nostra vita quotidiana, in cui le serie tv permettono una specie di "rivelazione", un modo per presentare il mondo. Se da un lato teniamo a ribadire l'importanza dell'immaginario come modo di conoscenza di cui le serie tv sono un'amplificazione, e finanche uno strumento, dall'altro lato è possibile leggere le serie tv come dei "fatti sociali totali" (Mauss, 1925) da esplorare nelle loro molteplici dimensioni e manifestazioni. In quanto medium, esse plasmano il significato della vita quotidiana, partecipando, in questo modo, alla "costruzione sociale della realtà" (Berger e Luckmann, 1966) e ci permettono di porci domande sul mondo sociale. Ed è questo interrogarsi che ci sembra l'input essenziale per considerare le serie tv come strumento di analisi dell'attuale condizione del mondo. Una specie di ontologia dell'attualità, sulla scia del pensiero caro a Michel Foucault, si aziona con e attraverso le serie che ci portano a interrogarci su cosa avviene nel quotidiano che viviamo. Che cos'è questo momento che viviamo? Quindi le serie aiutano a indagare il presente per comprendere l'attuale e il quotidiano, attraverso un'interrogazione sulle dimensioni del campo dell'esperienza possibile. In questo senso, le serie tv sono il segno di un'illustrazione del campo del possibile, cioè mettono in evidenza le dinamiche sociali che influenzano il nostro mondo. Foucault (2008 [1983]), nella sua idea di ontologia dell'attualità, indicava che la trasformazione del sapere va colta sia nelle

scienze che nella costituzione della società e della cultura nel dato momento in cui siamo situati. Ebbene, si tratta di edificare categorie di pensiero in relazione al tempo presente e in tale direzione possiamo cercare di trovare nelle serie tv, con la loro interrogazione sul mondo in cui e di cui facciamo esperienza, una condizione di possibilità di illustrazione dell'esperienza.

Se le serie televisive si sono affermate come una vera e propria abitudine socioculturale, è anche perché consentono di porci domande sul mondo sociale. Le immagini che inondano i nostri schermi ci concedono l'opportunità di raccogliere le questioni emerse, relative alle trasformazioni epocali, o che stanno ancora emergendo nel contesto odierno. Il tracciato delle varie espressioni che caratterizzano il mondo sociale e l'immaginario che ne scaturisce in questo terreno fertile delle serie tv, insomma, ci inducono a osservare, scrutare e catturare le molteplici forme di rappresentazione. Inoltre, nella diversità di generi e temi, le serie tv sono da considerare come strumento di comprensione sociologica, antropologica, filosofica, psicologica, estetica: ovvero un'apertura sulle varie discipline delle scienze umane e sociali, con la susseguente costruzione di visioni del mondo su temi, fattori, fenomeni prodotti dall'immaginario sociale attuale. Immergendosi nel mondo delle serie per mezzo delle percezioni schermologiche, si crea una dimensione sperimentale con la possibilità di penetrare le diverse "realtà multiple" (Schütz, 1962) e di farne esperienza. Queste narrazioni sono un modo di problematizzare e interrogarsi sugli aspetti delle realtà dei mondi in cui siamo immersi nella vita quotidiana. Attraversiamo, dunque, queste realtà anche per mezzo dell'immersione nella dimensione delle serie tv e, in un certo senso, ci troviamo di fronte a un senso di realtà che William James (1950 [1890]) definiva come sorta di sentimento affine alle emozioni. Siamo in empatia con queste realtà attraverso lo schermo, dove entriamo in contatto con i mondi che le serie tv ci mostrano e presentano e dove si manifestano degli ordini simbolici che rivelano il rinnovamento delle nostre "configurazioni sociali" (Elias, 1981 [1970]) e delle nostre "fonti di significato" (Castoriadis, 1975). È attraverso questi processi che accediamo ai significati della realtà e, come "specchi" (Lacan, 1949), le serie tv apportano un contributo considerevole alla nostra capacità di conoscenza. Se l'immaginario è un punto di vista sul sociale e investe trasversalmente la società, allora le serie vanno pensate come un dispositivo per disporre il mondo in forma narrativa. La tipologia della narrazione delle serie tv deve essere esplorata nei molteplici significati, attraverso modelli e simboli che veicolano, permettendoci di captare in che modo contribuiscono a plasmare la vita quotidiana. D'altronde la centralità dell'immaginario, in base alla teoria di Charles Margrave Taylor (2004), rappresenta un processo di comprensione della società e al tempo stesso è un repertorio di pratiche e attività simboliche che contribuisce a dare un senso alla società. Quindi siamo spinti da questa ricerca di senso per fare emergere tematiche legate all'immaginario sociale in gestazione nella contemporaneità, trovando nelle serie tv il terreno produttivo, ovvero un "bacino semantico" (Durand, 1962), da intendere come quadro caratterizzante un'epoca in cui l'immaginario attiva i propri simboli e immagini e dunque dà corpo all'evidenza di un ciclo di pensiero di cui è portatrice la società da un punto di vista socio-culturale.

Atmosfere nostalgiche

Nell'illustrazione seriale, per addentrarci in un'analisi specifica, troviamo elementi in voga nell'attuale dimensione socio-culturale: ovvero la nostalgia e il retrò. Elementi questi che suggeriscono il riemergere di stili di un'epoca, di tecniche di citazioni e sentimenti nostalgici che si diffondono sempre più nelle serie tv. L'ambiente retrò è sicuramente uno dei punti cardine di questa tendenza pop culturale, dove tutto è riciclato e ristilizzato come indica la teoria del noto critico musicale britannico Simon Reynolds nel suo *Retromania* (2011). Questa analisi ci conduce all'evidenza di un "lungo presente", dove il retrò prevale come culto e recupero del passato. Già Marshall McLuhan (1968) aveva indicato nella nostalgia una delle caratteristiche dell'era elettronica dicendo che "we lives by the revival": dunque viviamo grazie ai revival e questa estensione è sempre più ovvia nell'epoca contemporanea, anche per mezzo delle forme narrative delle serie tv e dei dispositivi di streaming e visioni che ci permettono un accesso sempre più ampio a innumerevoli format di narrazione nostalgica e retrò.

Il saggio a più voci *Netflix Nostalgia. Streaming the Past on Demand* (2019), curato da Kathryn Pallister, illustra in dettaglio varie serie tv della piattaforma per dare corpo alla ri-emergenza del sentimento nostalgico come forma di consumo. Remake e reboot contribuiscono ad alimentare il sentimento nostalgico e la tendenza retrò, elementi che fanno vibrare il corpo sociale e che indicano una sorta di "boom della nostalgia", per "costruire e ricostruire le nostre identità" (Davis, 1979, p. 31). È in questo modo che possiamo interpretare le narrazioni nostalgiche che ritroviamo in varie serie tv, di cui è un esempio la oramai classica *Mad Men* (2007-2015) di Matthew Weiner, che offre un dipinto vintage e retrò romantico degli anni Sessanta, ambientata nella New York dei pubblicitari della Sterling Cooper sulla Madison Avenue. In questo vero revival vintage si percorrono tratti socio-storici con rilevanza di immagini patinate, stili di vita e moda, che ci immergono in una specie di memoria culturale come una "macchina per rimontare il tempo" (Pomarico, 2023). *Mad Men* è una serie sicuramente contemplativa dei Sixties, di cui lo spettatore si sente parte come in una *jouissance* estetica di un'immagine temporale della società che caratterizza il labirinto del nostro immaginario in una corrispondenza empatica (La Rocca, 2015). L'ambiente vintage di *Mad Men* è così un viaggio nel tempo in forma poetica, che fa risaltare la potenza evocatrice della fondazione dell'immaginario (Abruzzese, 2001), dove posture, figure, stili diventano un quadro di fascinazione di una ricostruzione di un apparato simbolico in un carosello di dettagli e realismo (La Rocca, 2015). Si costruisce allora uno sguardo a ritroso, desideroso di catturare per forma e stile le connotazioni del passato ricostruite con una panoplia di simboli e significazioni (le varie tipicità pubblicitarie, ad esempio). Tutto ciò ci fa pensare a quella intuizione di Umberto Eco, che, nel classico *Apocalittici e integrati* (1964), indicava che "i Suger della nostra epoca, che creano e diffondono immagini mitiche destinate a radicarsi nella sensibilità delle masse, sono gli uffici studi delle grandi industrie, gli *advertising men* di Madison Avenue" (Eco, 1964, p. 223). Con Eco ci proiettiamo in quel processo di mitopoiesi alimentata dalla cultura di massa, come avviene in serie tv tipo *Mad Men* con una matrice di stampo pop che aumenta il senso della memoria collettiva retro-culturale. Siamo in presenza di stilizzazioni di epoche con accenti sul design, la moda, i portamenti, gli oggetti, in chiave retrò per enfatizzare la tendenza nostalgica che diventa, a nostro avviso, sempre più *nostal-chic* o *retro-chic* e che contamina il pubblico di spettatori contemporanei alla ricerca di

questo tipo di suggestione, evocato dall'immaginario seriale come uno specchio dell'epoca.

Ci specchiamo, dunque, in questa tendenza nostalgica con uno sguardo che percorre la cultura di massa al fine di vedere il mondo mostrato dai riflessi seriali per sostenere il nostro immaginario. L'immaginario, come mostrato dall'analisi di Algirdas Julien Greimas (1962), è un linguaggio che si esprime in immagini, dunque un mezzo di comunicazione che condiziona i soggetti sociali attraverso un pensiero figurativo comunicazionale. Questo pensiero figurativo lo si ritrova nella potenza evocatrice delle immagini, come forme di proiezioni in un passato retrò riattualizzato nel presente nelle strutture narrative seriali, come ad esempio nella rievocazione del videogioco *Bubble Bobble* nell'episodio *San Junipero* (Ep. 03x04) di *Black Mirror*, in cui si evoca il *retro-gaming* con la sala giochi *arcade* (dove si scruta anche *Pac-Man* e *Top Speed*). Questo episodio della serie britannica creata da Charlie Brooker ci immerge in un'atmosfera retro e nostalgica; in un certo senso, si tratta di un veritiero inno alla nostalgia tra sottofondi musicali (*Girlfriend in a Coma* dei The Smiths, e *Don't You (Forget About Me)* dei Simple Minds, *C'est la vie* di Robbie Nevil, etc.) e stili di moda Eighties (per esempio quando una delle protagoniste, Kelly, evoca le sembianze stilistiche di Madonna). Questo esempio seriale è tipico di una tecnica di assemblaggio pop che crea uno specchio dell'immaginario nostalgico vintage, quasi come un amarcord, in un mimetismo familiare del passato, rievocato per mezzo di simboli. *San Junipero* è l'episodio cult degli anni Ottanta con un'attenzione particolare ai dettagli che rispecchiano un'epoca culturale in un bagno simbolico immersivo. Lo spettatore, in chiave nostalgica, si ritrova così immerso in un "bagno emozionale" per mezzo delle immagini evocatrici di un immaginario del passato che ritorna sempre più nel nostro presente, sia come chiave di lettura del sociale, sia come svolta culturale – ovvero un *nostalgic turn*.

Se prendiamo spunto da Greimas (1988, p. 347), troviamo nella nostalgia un rimpianto per qualcosa che è passato e un'evocazione di una "esperienza immaginaria", come proiezione verso un significato mitico, alimentato, nel nostro caso, dalle rappresentazioni seriali. Questa concezione della nostalgia comporta anche, sempre nell'ottica greimasiana, un tipo di aspettativa euforica. Quest'ultimo aspetto ci sembra pertinente per illustrare quell'enfasi che si ritrova in varie serie tv orientate all'evocazione nostalgica e retrò come forma di significazione di una contemplazione emozionale. In questo discorso ci sembra che si posizioni alla perfezione la serie *Stranger Things* (2014 – in corso), esempio ormai cult della tendenza al remix pop culturale di elementi del passato – un retro-pop orchestrato dai fratelli Duffer, che giocano su un universo ultra referenziale, un citazionismo di stampo postmoderno che spazia da *Alien* a *Star Wars*, dall'universo di Stephen King a quello di Steven Spielberg, da *Dungeons & Dragons* alla BMX e ai vari oggetti e design retro anni Ottanta e ovviamente alla musica. La lista di referenze è ovviamente ben densa e questo ci illustra a perfezione la strategia della seduzione. In effetti, attraverso le allusioni al cinema e ad altri elementi stilistici con un esito maniacale di riferimenti pop moltiplicati nelle varie sequenze, le immagini di questa serie tv ci seducono facendoci addentrare in un revival di un'epoca che si concretizza anche nell'*american way of life* e nell'impero del consumo stilistico attraverso i vari prodotti (Coca Cola, Kit Kat, Levi's...) che sono, allo stesso tempo, espressione di un effetto nostalgico. In effetti, la società di consumo è parte integrante dell'universo della cultura pop e per questo ci sembra che *Stranger Things* illustri tutto un immaginario stilistico come sorta di un'estetica di riscrittura e riappropriazione del tempo *Eighties*. Attraverso questo esempio,

si evidenzia come nel mondo dell'immaginario mediatico si attui un processo di "poppizzazione" (La Rocca, 2023), che si capillarizza e contamina il tessuto sociale tramite le serie tv dove assistiamo a una forma quasi epidemica di retrò e nostalgia. Un virus nostalgico: questo sembra evocare la contaminazione delle immagini mimetiche di *Stranger Things* che contribuisce a mettere in circolazione "un'aura nostalgica" (Pomarico, 2019) come una sfera seducente e seducente in cui si proietta lo spettatore (potremmo chiamarlo spettatore nostalgico?) in una dimensione "esonostalgica".

Un analogo discorso si potrebbe allacciare alla visione della recente serie *Hello Tomorrow!* (2023) dell'americano Jonathan Entwistle, considerata come "retro-futurista" con accenti di richiamo stilistico a *Mad Men*. Una serie di fantascienza ambientata in un registro estetico anni Cinquanta, dunque un'estetica *very vintage*, tra le mitiche Cadillac dell'epoca che flottano nell'aria, il design robotico sullo stile di Robby the Robot (robot immaginario del film *Il pianeta proibito* del 1956), la moda, il tutto nel contesto della comunità di Vistaville, una periferia fittizia standardizzata, in cui il personaggio di Jack Billing (interpretato da Billy Crudup, già noto per la serie *The Morning Show* ma soprattutto per i diversi ruoli cinematografici, come in *Sleepers* di Barry Levinson e *Big Fish* di Tim Burton) è un commerciale che mercanteggia *pavillon*, ovvero lotti lunari! Il decoro anni Cinquanta è lo sfondo di un viaggio quasi romantico e soprattutto patinato in quell'immaginario costante tipico americano del sogno del viaggio sulla Luna. Un'utopia o piuttosto un'ucronia con il fantasma della robotizzazione come sogno di progresso, ma che rappresenta piuttosto un'atmosfera di feticismo della merce, o meglio dell'oggetto, che sembra riecheggiare la proposizione teorica di Jean Baudrillard, nel famoso *La società del consumo* (1970), di un *fun capitalism* con la susseguente *fun morality*, come forme di *jouissance* del consumatore con l'imperativo di cogliere ogni opportunità per emozionarsi, gioire, gratificarsi. *Hello Tomorrow!* ci presenta questo impianto retro-futurista con un'edulcorazione di un'epoca – quella degli anni Cinquanta – in cui appunto si sviluppava un feticismo degli oggetti. La scenografia della serie è fatta di Cadillac volanti, macchine da scrivere vocali, robot, un apparecchio per popcorn portatile: ovvero un allestimento di invenzioni ludiche che strizza l'occhio alla riappropriazione del futuro, in uno stile retro-futurista. In effetti, il personaggio venditore di questo sogno della luna da abitare ci permette anche di guardare alla contemporaneità, in cui assistiamo alle attuali ossessioni spaziali di Elon Musk con SpaceX, oppure di Jeff Bezos con la New Shepard! La serie è un mix tra tendenze retrò e proiezioni futuriste con una speranza illusoria di un altro mondo e che gioca su un tocco nostalgico che ritiene l'attenzione dello spettatore e conquista per affezione. Il sensazionalismo e il sentimentalismo retrò e nostalgico sono diventati elementi di spunti riflessivi che si diffondono sempre più nelle scienze sociali e vettori di generalizzazione culturale e sociale della società contemporanea, dove l'arcaico e il passato sono sempre più pregnanti, soprattutto in un'ottica di stili culturali. D'altronde, bisogna anche sottolineare, come punto cardine, che la questione della nostalgia, del retrò, del ritorno del passato rappresenta finanche un potenziamento affettivo, ovvero una spinta emozionale. Ricordiamoci del classico libro di Fred Davis *Yearning for Yesterday* (1979), che centrava l'attenzione sul ruolo della nostalgia come modalità di costruzione e ricostruzione delle nostre identità. L'idea dell'affetto e dell'emozionalità è funzionale nel nostro vissuto contemporaneo a illustrare il modo in cui costruiamo le identità collettive. Questo processo parte sempre da un'identificazione per poi ergersi a identità – il mondo culturale, e dei media in particolare, ne rappresenta un fattore determinante. Le serie tv

funzionano come contenitori di questo tipo di immaginario e al tempo stesso lo dilatano con la viralità della contaminazione collettiva che crea onde emozionali. Diffusori di sentimenti, le serie tv nel caso specifico della nostra analisi evidenziano bene il modo in cui la nostalgia è un mix di presente e passato, del qui e dell'altrove, del sogno e del quotidiano (Fantin *et al.*, 2021), irradiando un tipo di sentimento che potremmo definire "nostalgizzante" (Neymayer, 2014) che ci proietta nell'universo del passato, confortando il presente nello specifico dell'esperienza mediale. Un rilegare dunque tra sentimenti e identità tramite la pregnanza delle immagini che creano fusione di stili e di modalità "senzienti". Tra l'altro questa modalità ci rapporta all'analisi del padre della fenomenologia di Edmund Husserl che, in *Ricerche logiche* (1968 [1900-1901]), evidenzia l'importanza degli atti emozionali e della sfera affettiva (*Gemüt*), in quanto atto percettivo di sentimento estetico e cognitivo. Si sviluppa in questo modo una centralità dell'esperienza vissuta (*Erlebnisse*) in cui si evidenzia la peculiarità della conoscenza associata a rappresentazioni ed emozioni. In un certo senso, ovviamente senza addentrarci più nel profondo nella riflessione filosofica di Husserl ma soltanto prendendone spunto, potremmo ipotizzare che nelle visioni delle immagini delle serie tv si raccoglie una tipologia dei *Gemütsakte* husserliani, ovvero un atto di sentimento che rende oggettiva la componente specifica dell'emotività nostalgica stimolata, di conseguenza, dall'immaginario seriale. Le serie tv non fanno altro che amplificare le forme dei vissuti sociali di cui la nostalgia, con la susseguente azione sulla memoria storica culturale, penetra gli schermi contemporanei e circola come sentimento diffuso nel corpo sociale che ne viene stimolato provocando effetti affettivi che, per giunta, evidenziano il successo di una tipologia di serie. C'è un effetto nostalgia che si propaga nelle produzioni culturali di cui le serie tv sono un catalizzatore. Il susseguirsi di epoche ci rimanda indietro nel tempo, affascinando larghe fette di pubblico che consuma e si consuma nelle immagini. Oltre alle serie tv già citate, altri riferimenti interessanti sono *POSE* (2018-2021) di Ryan Murphy e *Vinyl* (2016), creata da Martin Scorsese (che ha firmato un pilot di più di due ore) e Mick Jagger, due serie che mettono in scena epoche musicali nella magia ambientale di New York. *POSE* ci immerge nel *dancefloor* degli anni Ottanta, nelle notti della comunità queer tra look sgargianti e coreografie di *voguing* che illustrano l'immaginario della *ball culture* di quel tempo. Ancora la nostalgia degli anni Ottanta è messa in scena con vari risvolti sociali, che sono all'ordine del giorno nella nostra contemporaneità (tipo la questione di genere), a colpi di glamour. *Vinyl* dipinge invece la scena newyorkese degli anni Settanta dell'industria del disco, un'epoca affascinante con la riproduzione di classici storici della musica rock, punk e disco. Questa rivisitazione di un'epoca tra musica e sfondi sociali produce un'immersione nella nostalgia, alimenta un'atmosfera del tipo *sex drugs and rock'n'roll*, che tanto ha contaminato gli spiriti e influenzato gli stili di vita come un marchio. Gli anni Settanta sono evocati anche in altre serie, come *The Deuce* (2017-2019) del talentuoso David Simon. L'opera racconta l'epopea dell'industria del porno, con protagonisti Maggie Gyllenhaal e James Franco, in una Manhattan epicentro delle trasgressioni, che rispecchia quella vivacità di stili e tendenze della Big Apple, in grado tramite l'immaginario mediatico di affascinare l'occhio dello spettatore, immerso in quella cultura di un tempo in cui New York era *the place to be*. Un'altra serie che ci porta a viaggiare nel passato di stili e musica, sempre nel mito di New York, è *The Get Down* (2016-2017) di Baz Luhrmann, che rappresenta un viaggio epocale nelle strade newyorkesi della fine degli anni Settanta agli albori della cultura *street* e della nascita del rap e

dell'hip-hop. Si riecheggia qui la realtà di quegli anni sugli sfondi sociali di quartieri dove l'energia musicale è lo scenario di una volontà di uscire dal disagio. Con stile estetizzante anche questo altro esempio seriale ci rimanda alle emozioni musicali di anni che hanno contaminato largamente il panorama culturale globale, proiettandoci in una dimensione di fusione collettiva, legata a quel sentimento della cultura hip-hop tra danze, corpi, invenzioni di *beat*, moda, stili, gesti. Questo tipo di modello narrativo si fonda, dal nostro punto di vista, sul sentimento nostalgico, sul conforto di immagini evocative di un passato che ci ha travolto emotivamente nella contaminazione di stili culturali con la nascita dei miti dei *turntable* e delle sfide di rime. Nella visione di queste serie che ricostruiscono mondi musicali e stili di vita di un'epoca passata si prova un sentimento nostalgico di un periodo miticizzato, alimentato da immagini che ci confortano e proiettano in quell'altrove dell'esperienza estetica.

Aperture e tragitti

Questi ultimi esempi di serie tv sono ancorati a un periodo storico-culturale ben preciso che già di per sé indica una direzione di senso dell'affettività passionale dello spettatore, che conforta il suo *pathos* nel riecheggiare tempi e spazi di una nostalgia affettiva culturale. Questa suggestione ci porta a evidenziare la dimensione del *pathosformel*, proposta dallo storico dell'arte Aby Warburg (1990) a inizio Novecento in riferimento al Rinascimento italiano e al tema della morte di Orfeo, che può essere esaminata negli strati culturali mediatici delle serie televisive. Nello specifico, la teoria di Warburg, senza addentrarci più di tanto, è strettamente legata alla storia delle immagini artistiche e in particolare riflette il ritorno delle immagini archetipe in vari contesti nella storia dell'arte. Nella nostra riflessione ci ispiriamo a essa per considerare queste possibili "formule di pathos", che emergono nello spazio mediatico delle serie come una condizione di possibilità per un approccio osservativo empirico al fine di far emergere qualità estetiche. Si tratta di creare, così, una forma di tipologia di immagini sensibili, ovvero di far emergere immagini archetipiche di situazioni sensibili legate all'estetica culturale di un'epoca per tracciare un'archetipologia in contesti diversi. In un certo senso, se il pathos formale rappresenta un gesto corporeo che esprime visivamente uno stato affettivo intenso, allora è possibile illustrare le situazioni mediatiche delle serie televisive come un insieme complesso di passioni e affetti, resi disponibili dall'esperienza socio-culturale delle immagini. Siamo al cospetto di quello che potremmo definire un pathos seriale, una formula seriale patetica (affettiva, dunque), che struttura una visione dell'immaginario culturale e nutre le qualità dell'esperienza vissuta tramite le immagini condivise che riemergono nei frame delle serie tv. Come l'arte, nel caso di Warburg, anche le serie tv hanno una certa capacità di creare forme tipiche che impattano le emozioni e gli stati passionali. Allora, il reverberare dell'effetto nostalgia nelle immagini delle serie tv veicola una tipologia di archetipi che si mettono in circolazione per farci ritrovare in un'atmosfera di conforto. Non è anche questo il destino nostalgico amplificato dalle serie tv?

Un conforto banale e fondatore della nostra sensibilità – per citare William James (1950 [1890]), il momento presente è come una sorta di ponte a schiena d'asino sul tempo, dalla cui sommità possiamo guardare giù nel futuro o nel passato a piacimento. Guardare dunque! Il senso della percezione mediatica delle serie tv ci porta a esplorare un tipo di

immaginario, quello nostalgico in questo caso specifico, che percorriamo negli (e attraverso gli) schermi contemporanei. È anche attraverso questi processi che accediamo ai significati della realtà e, come uno “specchio”, si ricava un contributo importante alla possibilità di conoscenza. L’obiettivo di questo articolo è di palesare l’importanza delle serie tv sia come terreno empirico di produzione di conoscenza, sia come elementi narrativi che rappresentano la diversità della nostra società e il risvolto dell’immaginario collettivo. Le serie tv sono allora un tragitto dell’immaginario che dobbiamo continuare a percorrere per costruire le possibili visioni del mondo e nutrire un senso sul mondo in cui facciamo esperienza.

References

Abruzzese, A. (2001). *L’intelligenza del mondo. Fondamenti di storia dell’immaginario*. Roma: Meltemi.

Baudelaire, C. (1956) [1868]. *Curiosités esthétiques*. Lausanne: Éditions de l’œil.

Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation*. Paris: Denoël.

Berger, P., & Luckmann, T. (1966). *The social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Doubleday.

Böhme, G. (2010) [1995]. *Atmosfera, estasi, messe in scena. L’estetica come teoria generale della percezione*. Milano: Marinotti.

Castoriadis, C. (1975). *L’institution imaginaire de la société*. Paris: Seuil.

Davis, F. (1979). *Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia*. New York: Free Press.

Durand, G. (1960). *Les structures anthropologiques de l’imaginaire*. Paris: Dunod.

Eco, U. (1964). *Apocalittici e integrati*. Milano: Bompiani.

Elias, N. (1981 [1970]). *Qu’est-ce que la sociologie?*. Paris: Pandora.

Fantin, E., Fevry, S., & Niemeyer, K. (dir.) (2021). *Nostalgies contemporaines. Médias, cultures et technologies*. Villeneuve d’Asq: Presses universitaires du Septentrion.

Foucault, M. (2008). *Le gouvernement de soi et des autres. Cours au Collège de France (1982-1983)*. Paris: Gallimard/Seuil.

Greimas, A.J. (1966). *Sémantique structurale. Recherche de méthode*. Paris: Larousse.

Greimas, A.J. (1988). *De la nostalgie. Etude de sémantique lexicale. Annexe des Cahiers de linguistique hispanique médiavale*, 7, 343-349.

- Huhtamo, E. (2006). Elements of screenology: Toward an Archaeology of the Screen. *Navigationen*, 6(2), 31-64. [10.25969/mediarep/1958](https://doi.org/10.25969/mediarep/1958).
- Husserl, E. (1968) [1900-1901]. *Ricerche logiche*. Milano: Il Saggiatore.
- James, W. (1950) [1890]. *The Principles of Psychology*. New York: Dover.
- Lacan, J. (1949). Le stade du miroir comme Formateur de la fonction du Je. In J. Lacan, *Écrits* (pp 92-99). Paris: Seuil.
- La Rocca, F. (2015). Mad Men: style et culture de l'empire publicitaire. *Sociétés*, 128(2), 43-50. <https://doi.org/10.3917/soc.128.0043>.
- La Rocca, F. (a cura di) (2018). *Epidemia visuale. La prevalenza delle immagini e l'effetto sulla società*. Roma: Edizioni Estemporanee.
- La Rocca, F. (2023). *Vivere nelle immagini. Frammenti di un immaginario mediale*. Roma: Edizioni Estemporanee.
- Mauss, M. (1925). Essais sur le don. *L'année Sociologique*, 1, 30-186.
- McLuhan, M. (1968). *War and Peace in the Global Village*. New York: McGraw-Hill.
- Morin, E. (1956). *Le cinéma ou l'homme imaginaire. Essai d'anthropologie sociologique*. Paris: Éditions de Minuit.
- Neymayer, K. (2014). *Media and Nostalgia: Yearning for the Past, Present and Future*. London: Palgrave Macmillan.
- Pallister, K. (Ed.) (2019). *Netflix Nostalgia: Streaming the Past on Demand*. Lanham: Lexington.
- Pomarico, D. (2019). Il vinile o la nostalgia dei Millenials. *Im@go*, 13, 97-109. <https://doi.org/10.7413/22818138139>.
- Pomarico, D. (2023). *Sociologie de la nostalgie créative; l'émergence de la structure du sentiment contemporain*. Thèse de doctorat. Montpellier: Université Paul-Valéry Montpellier 3.
- Reynold, S. (2011). *Retromania. Musica, cultura pop e la nostra ossessione per il passato*. Milano: ISBN.
- Schütz, A. (1962). *Collected Papers. Tome I. The Problem of Social Reality*. La Haye: Martinus Nijhoff.

Taylor, C. (2004). *Modern Social Imaginaries*. Durham: Dukes University Press.

Warburg, A. (1990). *Essais florentins*. Paris: Klincksieck.

TV series cited

Big Fish (2003, Tim Burton).

Black Mirror (Channel 4-Netflix, 2011 – in corso, 6 stagioni).

The Deuce (HBO, 2017-2019, 3 stagioni).

The Get Down (Netflix, 2016-2017, 1 stagione).

Hello Tomorrow! (Apple TV+, 2023, 1 stagione).

Mad Men (AMC-HBO, 2007-2015, 7 stagioni).

The Morning Show (Apple TV+, 2019 – in corso, 3 stagioni).

Forbidden Planet (Il pianeta proibito) (1956, Fred M. Wilcox).

POSE (Netflix, 2018-2021, 3 stagioni).

Sleepers (1996, Barry Levinson).

Stranger Things (Netflix, 2016 – in corso, 4 stagioni).

Vinyl (HBO, 2016, 1 stagione).

About the author

Fabio La Rocca, sociologo, dottore in sociologia della Sorbonne, è Professore associato all'Université Paul-Valéry Montpellier 3, dove dirige il dipartimento di sociologia, e ricercatore al LEIRIS (laboratorio di studi interdisciplinari sul reale e gli immaginari sociali). Membro del gruppo di ricerca CAC (Comunicazione Art e Città) dell'Università di Rio de Janeiro (UERJ) Autore dei libri *La ville dans tous ses états* (2013) e *Vivere nelle immagini. Frammenti di un immaginario mediale* (2023), ha curato il volume *Epidemia visuale. La prevalenza delle immagini e gli effetti sulla società* (2018). I suoi interessi di studio riguardano la sociologia visuale, l'immaginario delle atmosfere e ambiances urbane, media e cultura.