

mimmo pesare  
**sehnsucht e comunicazione**  
 il desiderio del desiderio  
 nell'epoca della sua riproducibilità icastica

«Che la realtà umana sia mancanza basterebbe a provarlo l'esistenza del desiderio come fatto umano... Perché il desiderio sia desiderio a se stesso, bisogna che sia mancanza, ma non una mancanza-oggetto, una mancanza subita... bisogna che sia la sua propria mancanza di... Il desiderio è mancanza d'essere, è sollecitato nel suo più intimo essere dall'essere di cui è desiderio. Così testimonia l'esistenza di una mancanza nell'essere della realtà umana»  
 (Jean Paul Sartre, *L'Essere e il Nulla*').

«Avere desiderio è come fumare sigarette o mangiare würstell: molto piacevole ma poco salutare.»  
 (Woody Allen<sup>2</sup>)

*l'Occidente e le cose.*

La tradizione filosofica occidentale ha esternato, dalle prime mosse della ragione moderna alle tendenze più recenti del pensiero contemporaneo, l'urgenza di uno stretto rapporto dell'uomo con le cose.

In qualche modo, infatti, il carattere di immanenza che la distingue dall'etereo modo di sentire il reale che è proprio del pensiero orientale, probabilmente rintraccia la sua eziologia nella pregnanza che l'*altro-da-me* possiede rispetto all'introspezione centripeta – e per certi versi onanistica – dell'Oriente.

Persino l'antidoto storico-culturale della tendenza alla reificazione dell'Occidente, ovvero il rapporto col sacro, iconizzato dal Cristianesimo, non possiede l'assoluta trascendenza della rappresentazione simbolica del reale (considerata da Durkheim una delle caratteristiche *ante litteram* delle grandi religioni), per assumere, al contrario, i tratti della *kénosis* – come osserva Lévinas e, per altri aspetti, Vattimo – cioè della *discesa* che un dio forse più interessato

al terreno che allo spirituale, ha barattato con la propria incolumità divina.

La cenosi e la crocifissione, dunque, come simboli di un dio-uomo perfettamente occidentalizzato, quasi secolarizzato, il quale ha consumato nella maniera più tragica il desiderio di appartenenza a una comunità<sup>3</sup> e ha risolto la sua uscita di scena "aderendo alle cose", come direbbe Drieu La Rochelle.

Dall'altra parte, un panciuto e forse più simpatico dio orientale che risolve la propria missione in maniera incruenta, solipsista, aniconica, e sorride senza soluzione di continuità dagli intermundia, libero dalla grave responsabilità di redimere o salvare chicchessia e privo del coraggio di un *dono* sacrificale, ma solo pago del personalissimo raggiungimento del nirvana.

Ad alimentare i *tropoi* della dicotomia Oriente/introiezione Vs. Occidente/esternazione, può anche aiutare il ricorso alle suggestioni della letteratura contemporanea. Paradigmatica, in questo senso, la parabola di due antieroi per eccellenza del male di vivere novecentesco: Alain, protagonista in *Fuoco fatuo* (titolo originale *Le feu folett*, la cui prima edizione fu edita nel 1931), romanzo del francese Pierre Drieu La Rochelle e Isao, il cadetto dell'esercito nel racconto *Cavalli in fuga* (*Runaway Horses*, 1957), del giapponese Yukio Mishima.

Entrambi hanno ribrezzo della vita che li circonda, entrambi soffrono per la mancanza di valori "eroici", entrambi porranno fine ai propri tormentati giorni col suicidio, ma Alain lo farà per sfuggire alla menzogna e alla irrealtà della condizione umana e quindi per «*aderire, finalmente, alle cose*»<sup>4</sup> con il passaggio del proiettile esploso dalla rivoltella attraverso il proprio corpo, mentre l'ufficiale di Mishima si ucciderà con il nobile rito samurai del *seppuku*<sup>5</sup>, per ritornare puro spirito in un tempo gravemente appesantito dalla volgare concretezza quotidiana e dal capitalismo europeo, principale artefice dell'abbrutimento e dello svilimento della tradizione imperiale nipponica.

Due *decadance*, dunque, due espressioni dello stesso Zeitgeist, ma quella europea risolve la propria autodistruzione in maniera centrifuga, mentre quella asiatica lo fa in maniera centripeta: la propulsione verso l'esterno contro l'autochiusura purista, per inciso, il desiderio contro la rinuncia.

Come dire, la forza della spinta nei confronti della materializzazione dell'altro-da-me (che sia animato o inanimato, *persona* o *res*,

poco importa) o, al contrario, della sua assoluta autonomia rispetto a quest'ultimo, risultano essere in qualche modo consequenziali e saldate alla decisione di quanto l'uomo possa "bastare a se stesso" in nome della propria autocentrata solitudine esistenziale.

Poiché, dunque, la storia culturale dell'Occidente è proprio caratterizzata dall'*anàanke* umana, dalla non autosufficienza trascendente dello spirito, e dunque dallo slancio, dagli appetiti, dalla smania, dalla bramosia, dalla curiosità – senza le quali, peraltro, non ci sarebbe produzione di cultura, né di civiltà – potremmo accettare per buona l'ipotesi operativa secondo la quale il vettore della volontà umana verso l'esterno, cioè il *desiderio*, possa a ragione essere considerato un fattore imprescindibile per l'interpretazione della genesi dei processi culturali.

La ineluttabile tensione dell'uomo occidentale verso *colui-che-io-non-sono* (l'*infinitamente altro* di Lévinas, ma anche il *Tu* di Buber) o verso *ciò-che-io-non-sono* (il *non-io* di Fichte), è alla base del tema del desiderare che, a dispetto dell'etimo –(guardare) *alle stelle* o (parlare) *circa le stelle*, e quindi "fantasticare" – si configurerebbe, appunto, come una sorta di concreto vettore antropologico della volontà verso l'esterno, sia in positivo, come nel caso della brama o dell'amore, sia in negativo, come nel caso della nostalgia (in greco *nostos* = ritorno e *algos* = dolore).

Se il desiderio è, dunque, un vettore della sensibilità umana, vettoriale sarà anche la sua fenomenologia, la quale si fonda principalmente sulla legittimità o meno dell'attribuzione del significato di "mancanza" al concetto di desiderio.

Probabilmente, una lettura più fruttuosa e stimolante di quest'ultimo, applicata alle scienze umane e della comunicazione, è possibile privando il termine della comune accezione di "integrazione di una incompletezza".

Occorrerebbe cioè concepire il desiderio non come un'assenza, bensì cogliervi una pienezza.

La cordata che da Platone a Freud, passando per il cristianesimo, ha voluto interpretarlo come testimonianza della incompiutezza dell'essere, piuttosto che come ricerca dell'unità perduta o come erranza, o insoddisfazione, o vacuità, non tiene conto, ai fini del nostro discorso, della potenza creatrice di valori e immagini che esso possiede.

Al contrario, in Spinoza (Etica, Parte V, proposizione III)<sup>6</sup>, il desi-

derio indica una *produzione* e una *creazione*, non una mancanza: tema riattualizzato da Deleuze e Guattari in *L'Antiedipo* (1972) e in *Mille Piani* (1980), all'interno dei quali la pratica desiderativa esprime ed indica creazione continua di processi vitali, di saggezza pratica, di autopoiesi del general intellect e soprattutto contiene, in nuce, il preludio del concetto di *corpo senza organi*.

«Trovate il vostro corpo senz'organi, sappiatelo fare, è una questione di vita o di morte, di giovinezza e di vecchiaia, di tristezza e di allegria. Ed è qui che tutto si gioca»<sup>7</sup>

Creare un corpo senza organi significa trasformare se stessi da realtà signoreggiata dall'io, gerarchicamente suddivisa, in una sorta di *orizzonte piano*, ovvero di situazione epistemica caratterizzata dalla confusione tra la propria coscienza individuale e una coscienza collettiva soggetta a continuo divenire. Principio di individuazione senza soggetto, dunque, e trasformazione in aggregati umani di differenze senza la mediazione dell'io, perché «il CsO fa passare delle intensità, le produce e le distribuisce in uno spatium anch'esso intensivo, inesteso»<sup>8</sup>.

In che modo è possibile attivare la trasformazione e divenire CsO (corpo senza organi)?

La risposta di Deleuze è proprio: con il desiderio.

Esso è una forza positiva, da non interrompere attraverso lo svilimento che porta a considerarlo mancanza, bisogno, né, tanto meno, da saturare attraverso l'appagamento dei sensi, perché «il piacere è già una maniera di interromperlo, di scaricarlo all'istante, di liberarsi di esso»<sup>9</sup>.

Per il filosofo francese il desiderio è una specie di sospensione della volontà di potenza (paradossalmente!) e possiede una gioia immanente, un'energia che trae alimento dall'inappagamento e dalla mancata estrinsecazione del piacere stesso; attraverso tale permanenza in una condizione desiderante si può accedere al corpo senza organi, il quale, si precisa, non equivale a una dimensione solipsistica, ma si proietta verso la collettività attraverso la mediazione di quel peculiarissimo modo d'essere che Deleuze chiama *piano di consistenza*, ovvero la sommatoria delle *infosfere* di tutti i CsO, una molteplicità gestaltica che va a comporre un tutto moltiplicandone a livello intersoggettivo le forze individuali.

Come dire, una sorta di interfaccia corporea e concreta del concetto di *intelligenza collettiva* di Pierre Lévy<sup>10</sup>!

Appaiono definite in tal modo le tappe del percorso che Deleuze individua come processo epigenetico del desiderio: dalla perdita dell'io, attraverso le forze del corpo, verso una trasmutazione che emancipi dalla soggettività (classico tema del post-strutturalismo francese) e porti a una dimensione totalizzante, un tutto non gerarchico ma in continuo divenire all'insegna della differenza (altro *leit-motiv* post-strutturalista e decostruzionista)<sup>11</sup>, un concetto, insomma, dal sapore vagamente hegeliano... di un hegelismo eterodosso!

*comunicare, desiderare, vedere.*

Se il desiderio costituisce la genesi della produzione culturale in quanto la sua fertilità è garantita dal fatto di non paventare una mancanza ma di esternare l'urgenza di continua *poiesis*, quale diventa il suo ruolo all'interno di un'epoca, quella della comunicazione illimitata, caratterizzata proprio da una spropositata produzione di segni, immagini e informazioni?

Il profluvio di immagine, di colore, di rappresentazione, di simulazione e inganno ottico che le tecnologie digitali della comunicazione visuale emanano, in qualche modo pretende una amplificazione degli organi di senso, i quali rappresentano i canali stessi attraverso cui l'onda del desiderio passa.

Come acutamente nota Mario Perniola, i meccanismi di formazione del desiderio debbono essere interpretati in relazione al vedere e al fare, non al sentire, poiché, se dalla contemplazione e dall'azione si arrivasse anche alla sensazione, il desiderio stesso sarebbe soddisfatto e svanirebbe<sup>12</sup>.

*«se la mia mente e il mio corpo sono pieni delle immagini del corpo che desidero, se le forme del mio corpo riempiono la mente e l'occhio di chi mi desidera, si resta in una tonalità emozionale caratterizzata dalla mancanza, dall'assenza, dalla privazione, che è proprio il contrario della disponibilità illimitata che il mondo delle cose ci spalanca»<sup>13</sup>.*

Alla luce di questa visione, l'iperestesia degli organi di senso surriscaldati, come direbbe McLuhan, la quale (in maniera quasi evolucionistica) si accresce di generazione in generazione, sembra quasi aver trasformato i *piani di consistenza* deleuziani in specie di agglomerati desideranti inorganici.

Verosimilmente, infatti, il desiderio giace in una sorta di *epoché*

performativa (la cui performance è la permanenza del desiderio stesso), cioè in un rifiuto della dimensione “senziente” a vantaggio di quella voyeuristica dei sensi “primari”.

Detto questo, ben si comprende, senza necessariamente passare per esegesi situazioniste o baudrillardiane –del resto già ampiamente consolidate– come questa condizione si inserisca a meraviglia nella cornice di inorganicità multimediale della nuova produzione culturale supportata da internet e dai new media.

Se, infatti, già negli anni Sessanta Althusser e (specialmente) Debord denunciavano come all’interno dell’analisi di Marx sulla differenza tra valore d’uso e valore di scambio della merce, si fosse verificata una esplosione di significato del secondo ai danni del primo e quindi il potere di circolazione dello scambio avesse trasformato la merce in una astrazione incarnata dallo spettacolo e dalle immagini, oggi la visual production e il merchandising immateriale della rete ne costituiscono la potenza esponenziale.

Se la produzione culturale dagli anni Sessanta agli anni Ottanta aveva consacrato i “primi” oggetti del desiderio inorganici delle società postmoderne, quali la rappresentazione multimediale della cultura tramite radio, televisione/videoclips, cinema, informatica e visual art, gli attuali oggetti del desiderio degli internauti sono divenuti, se possibile, ancora più “leggeri”: si desiderano mp3, DivX, software, videogames, e-book, si dà una testimonianza della propria esistenza in rete tramite la sottoscrizione ad account per l’abilitazione di indirizzi e-mail, si abitano spazi “immateriali”, “inorganici”: comunità virtuali, *newsgroups*, *chatrooms*; si fa sesso al telefono o tramite *webcam*, senza toccarsi; si lavora insieme, ma in spazi non unitari (con le videoconferenze) e non reali (con il telelavoro su terminale); ci si “fa una cultura” senza spostarsi da casa con l’*e-learning*; si compra e si vende semplicemente scegliendo ciò che ci piace sul monitor del nostro computer e “cliccandoci” sopra, si pubblica tutto ciò che si scrive nei *blog*, dribblando la figura dell’editore, si appartiene a gruppi di consumo culturale sotto l’egida di nickname e identità collettive incarnate da computer remoti, con le banche dati e i siti *peer to peer* (Napster e successivamente Audiogalaxy, GNUtella, Kazaa e E-Mule), si entra a far parte della “matrix” digitale con i sistemi operativi *open source* (Linux in testa).

In tutti questi esempi il nostro desiderio passa attraverso un

luogo, fruendone i servizi e lasciando una traccia del suo passaggio; ma il nostro corpo non è “passato” da nessuno spazio.

O meglio, lo spazio di transito è quello che sul piano sociologico Manuel Castells chiama spazio dei flussi<sup>14</sup>, e per altri aspetti Pierre Lévy chiama spazio antropologico del sapere, vale a dire un sistema di “prossimità” (spazio), proprio del mondo umano (antropologico), e dunque dipendente dalle tecniche, dai significati, dal linguaggio, dalla cultura, dalle rappresentazioni e dalle emozioni umane, che ci caratterizza per ciò che *sappiamo*, per ciò che *sappiamo fare* e per la maniera di *relazionarci* con gli altri (del sapere).

Lo spazio del sapere, è concettualmente “immateriale”. In senso etimologico esso è una u-topia, un non-luogo, poiché la sua collocazione spaziale giace nella virtualità del *web* e delle reti telematiche e il suo oggetto è costituito proprio da quella *cosmopedia* che anima l’assetto, continuamente dinamico, degli intellettuali collettivi (l’evoluzione globale di quelli che Nicolas Negroponte definisce *soggetti digitali*); mentre il canale di passaggio di questo particolarissimo spazio antropologico si identifica con il cosiddetto *policosmo*, ossia con l’insieme strutturato della molteplicità delle identità sapienziali *on-line*<sup>15</sup>.

Tornando, perciò, alla semantica del desiderio come dimensione visiva e fattiva ma non senziente della sensibilità umana, si potrebbe dire che essa, applicata al cyberspazio e alle entità inorganiche che lo popolano, subisce una sorta di “doppia rappresentazione simbolica”. Se infatti ogni forma di immagine (come oggetto culturale) è già il trasferimento e la decodifica di un significato condiviso nell’immaginario collettivo, la sua proiezione mediata dal web rappresenta un doppio significato, composto dal significato stesso dell’immagine e dal rimando digitale *-link-* che quell’immagine presuppone.

Nel caso della navigazione in internet, un esempio per tutti può essere la foto in formato *jpeg* (immateriale) di una modella –primo significato–, cliccando sulla quale si accede alla homepage della modella stessa o, meglio ancora, si opera il download del suo book fotografico –secondo significato–.

Secondo la teoria platonica delle forme (esposta nel decimo libro della *Repubblica*) ogni entità ha tre componenti: la forma (che è l’idea originale), l’apparenza (la realizzazione materiale dell’idea) e l’arte (che imita l’apparenza); nella proposta di Wendy Griswold<sup>16</sup>, applican-

do tale teoria alla sociologia dei processi culturali si potrebbe inferire che un *oggetto culturale* è formato dall'idea, dalla concretizzazione dell'idea e dall'espressione simbolica e culturale dell'idea.

Ma la conseguenza di questa struttura a tre piani era, per Platone, uno svilimento del terzo termine, l'arte (o, nel nostro caso, la rappresentazione simbolica dell'idea), che essendo imitazione dell'imitazione (cioè imitazione dell'apparenza materiale) era doppiamente lontana dalla forma originale.

Aristotele "correggerà" questa aporia della mimesi platonica, affermando che l'arte non imita il regno delle idee, ma le verità universali dell'esistenza umana. In questo modo egli riportava dignità al mondo della cultura la quale, nella lezione platonica, imitando la vita doveva essere meno "fondamentale" di essa.

Bene, probabilmente è proprio alla luce della correzione del platonismo da parte di Aristotele che si dovrebbe interpretare la doppia rappresentazione simbolica di internet e dei new media, lontano dal lamento apocalittico di chi sostiene che la mimesi del cyberspazio e della realtà virtuale e immateriale del web produca un distacco dalla realtà o, peggio, "uccida" la vita reale stessa.

"Ciò che è razionale è reale", scriveva Hegel nella *Fenomenologia dello Spirito*. Ma con la caduta del metaracconto idealista anche questa proposizione potrebbe essere aggiornata in chiave cyber-antropologica, diventando "ciò che è razionale è irreal", immateriale, inorganico, non per questo perdendo la propria razionalità!

All'interno di questa diaspora del valore ultimo e auratico della produzione di senso e di cultura al tempo della comunicazione illimitata anche il vettore antropologico della volontà umana (o post-umana?) verso l'esterno, ovvero il desiderio, muta di paradigma, seguendo il destino dell'oggetto del proprio desiderare.

Alla stregua della produzione di immagini e simboli, che come si è visto nel cyberspazio diviene rappresentazione della rappresentazione, il desiderio, per seguirne la pista, si manifesta come desiderio del desiderio, come *Sehnsucht*.

Il termine tedesco, mutuato dalla temperie del Romanticismo ottocentesco, che nell'immaginifico serbatoio letterario di Hölderlin, di Goethe, di Schlegel e di Novalis aveva il senso di "aspirazione struggente", "brama appassionata", in realtà avrebbe una soluzione semantica proprio nella spiegazione dell'etimo: un composto del verbo *sehnen*, che vuol dire "desiderare" e del sostantivo

*Sucht*, che significa esso stesso “desiderio”. Quindi la *Sehnsucht* si configurerebbe come «un desiderio innalzato alla seconda potenza, un desiderio del desiderio e quindi un desiderare che si esaurisce in sé per il piacere del desiderio»<sup>17</sup>.

È curioso, a questo punto, notare come l'antico lemma del verbo *sehnen*, desiderare, sia pressoché identico a quello del verbo *sehen*, guardare, vedere.

Come dire, i concetti del desiderare e del vedere sono come legati da una linea semantica ancestrale che sembra suggerirne l'interdipendenza reciproca e accomunarne gli esiti all'interno della etimologia del termine “spettacolo”. Spettacolo –*spectaculum*– è ciò che deve essere visto, ma anche ciò che deve essere “consumato”, quindi desiderato.

Il desiderio, dunque, è un “guardare alle stelle” che nell'era della comunicazione raddoppia la propria intensità visiva-desiderativa: la totale immersione nel medium che noi oggi viviamo si esplicita in una indifferenziazione tra il desiderare immaterialmente e visivamente un oggetto e il desiderarlo concretamente.

Ma se il desiderio, oggi, alberga in una condizione che Cronenberg definirebbe di videodromia assoluta, sdoppiandosi in una *Sehnsucht* postmoderna, non per questo esso perde la propria caratteristica di giacimento naturale della *poiesis* e di ricettacolo di energia culturale: a esso bisognerebbe consegnarsi senza remore e sensi di colpa praticando una *Gelassenheit*, per usare un termine-chiave di Heidegger, un “abbandono”, uno atto di abdicazione nei confronti del suo continuo fluire di processi vitali all'interno dei quali potrebbe essere in gioco il senso della nostra stessa esistenza, un senso che, a dispetto della condizione di ibridazione tra reale e virtuale che viviamo oggi, contiene forse, ancora, un significato umano, troppo umano!

## Note

<sup>1</sup> J.P. Sartre (1943), *L'essere e il nulla*, Il Saggiatore, Milano, 1978, pag.142.

<sup>2</sup> intervista al John Lettermann Show, 1991.

<sup>3</sup> attraverso un *munus*, appunto, un dono concreto, carnale.

<sup>4</sup> Drieu La Rochelle, *Fuoco fatuo*, Einaudi, Torino, 1969, pag. 185.

<sup>5</sup> comunemente conosciuto come *harakiri*, cioè la pratica di darsi la morte squarciandosi il ventre con un pugnale; la pratica, del resto, che seguirà lo stesso Mishima per compiere il proprio suicidio, avvenuto pubblicamente a Tokio il 25 novembre 1970.

<sup>6</sup> B. Spinoza, *Etica e Trattato teologico-politico*, UTET, Torino, 1988.

<sup>7</sup> G. Deleuze, *Millepiani*, sez.2, Castelvecchi, Roma, 1996, pag. 7.

<sup>8</sup> ibidem, pag.10.

<sup>9</sup> ibidem, pag. 12.

<sup>10</sup> P. Lévy, *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, La Découverte, Parigi, 1994, trad. it. *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano, 1996.

<sup>11</sup> È interessante registrare come con la pubblicazione di *L'AntiEdipo*, anche nelle sfere della sinistra culturale antagonista si cominciò a passare dalla marxiana *Teoria dei Bisogni* ad una postfreudiana teorizzazione dell'inconscio come *Macchina Desiderante*. Essa veniva descritta come estensione nomadica e inafferrabile, caratterizzata da natura ontologicamente trasgressiva, in quanto ribelle ed eversiva nei confronti di qualsivoglia regola o istituzione politica, sociale e culturale. La *macchina desiderante* era quindi, per Deleuze e Guattari, una vera e propria ipotesi per riaprire i link dell'ideologia occidentale alla reintroduzione di valori palesemente utopici –nel senso filosofico del termine–, nel momento stesso in cui andava in crisi il progetto della rivoluzione (non a caso il sottotitolo del saggio è *Capitalismo e schizofrenia*).

<sup>12</sup> cfr. M. Perniola, *Il sex appeal dell'inorganico*, Einaudi, Torino, 1994.

<sup>13</sup> Il sex appeal dell'inorganico, op. cit., pag. 123.

<sup>14</sup> «[...] ho asserito che la nostra società è costruita intorno a flussi: flussi di capitali, flussi di informazione, flussi di tecnologia, flussi d'interazione organizzativa, flussi di immagini, suoni e simboli. I flussi non sono solo un elemento dell'organizzazione sociale: sono l'espressione dei processi che dominano la nostra vita economica, politica e simbolica. Se ciò è vero, allora il supporto materiale dei processi dominanti nelle nostre società sarà l'insieme degli elementi che supportano tali flussi e che rendono materialmente possibile la loro articolazione in tempo simultaneo. Propongo quindi l'idea dell'esistenza di una nuova forma spaziale propria delle pratiche sociali che dominano e plasmano la società in rete: lo spazio dei flussi.

Lo spazio dei flussi è l'organizzazione materiale delle pratiche sociali di condivisione del tempo che operano mediante flussi. Per flussi intendo sequenze di scambio e interazione finalizzate, ripetitive e programmabili tra posizioni fisicamente disgiunte occupate dagli attori sociali nelle strutture economiche, politiche e simboliche della società» (CASTELLS M., *The rise of the network society*, Blackwell Publishers, Oxford, 1996, trad.it. *La nascita della società in rete*, EGEA-Università Bocconi Editore, 2002, pag. 472-473).

<sup>15</sup> cfr. *L'intelligenza collettiva*, op. cit.

<sup>16</sup> cfr. W. Griswold, *Sociologia della cultura*, Il Mulino, Bologna, 1997.

<sup>17</sup> L. Mittner, *Ambivalenze romantiche*, D'Anna, Messina-Firenze, 1954, pag. 275, nota.

## riferimenti bibliografici:

- Arnheim R. (1969), *Il pensiero visivo*, Einaudi, Torino, 1974.  
Barthes R., *L'avventura semiologica*, Einaudi, Torino, 1985.  
Bataille G. (1967), *Il dispendio*, Armando Editore, Roma, 1997.  
Castells M. (1996), *La nascita della società in rete*, EGEA-Università Bocconi Editore, 2002  
Cristante S., *Potere e comunicazione*, Liguori, Napoli, 1999.  
Debord G. (1967) *La società dello spettacolo*, SugarCO, Milano, 1990.  
Drieu La Rochelle P., *Fuoco Fatuo*, Edizioni SE, 1995.  
Deleuze G., Guattari F. (1980), *Mille Piani. Capitalismo e schizofrenia*, Castelvecchi, Roma, 1996.  
Deleuze G., Guattari F. (1972), *L'antiedipo*, Einaudi, Torino 1975.  
Formenti C., *Incantati dalla rete*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2000.  
Griswold W. (1994), *Sociologia della cultura*, Il Mulino, Bologna, 1997.  
Heidegger M. (1954), *Saggi e discorsi*, Mursia, Milano, 1976.  
Levinas E. (1961), *Totalità e infinito*, Jaca Book, Milano, 1980.  
Levy P. (1994), *L'intelligenza collettiva*, Feltrinelli, Milano, 1996.  
McLuhan M. (1964), *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano, 1987.  
Mishima Y., *Cavalli in fuga*, Bompiani, Milano, 1993.  
Perniola M., *Il sex appeal dell'inorganico*, Einaudi, Torino, 1994.  
Rheingold H., *Comunità virtuali*, Sperling & Kupfer, Milano, 1994.  
Semeraro A., *Calypso, la nasconditrice*, Manni, Lecce, 2003.  
Spinoza B., *Etica e Trattato teologico-politico*, UTET, Torino, 1988.  
Vattimo G., *La fine della modernità*, Garzanti, Milano, 1985.

