

L'Italia nello specchio di Bello Figo – e il mondo in quello del terrore. Per un'avvisaglia ecologica

0. Nota di metodo

Far leggere, ai tempi dello scritto extra pagina e libro (ma derridaiani tempi scritti, non orali; fosse pure analfabetica scrittura audiovisiva – se l'*embodied* audio/video vale scrittura – se testo vale lettura); senza rinunce da messaggistica istantanea ad analisi e critica: i motivi, alcuni, per argomentare tramite 70 tesi arringanti – sia pure da *vox clamantis in deserto* di nicciano folle-al-mercato – la demitizzazione del Dato.

1. Bello Figo

Ghanese classe 1992; a Parma, con famiglia – via aereo; permesso regolare di soggiorno – dal 2004. Diciottenne, già youtuber con remunerazione. Raggiunge la notorietà nel 2016 tramite la semi-parodia in rap amatoriale *Non pago affitto* e le conseguenti polemiche, latamente politiche, su tv e giornali; causa d'annullamento di suoi live in discoteca e cancellazione della pagina di Wikipedia a suo nome.

2. Bello Figo e YouTube

Nello spazio informatico Web, YouTube è una piattaforma che offre gratis la possibilità, ad un ventenne africano immigrato in Italia: d'un proprio canale per pubblicare audiovisivi; di ricevervi 320.000 iscrizioni e 75 milioni di visualizzazioni; di vivere, *sub condicione* spot pubblicitari, dei proventi di questo traffico; d'imporsi all'attenzione dei mass media tradizionali e dei politici in contesa elettorale.

3. Bello Figo e la Tv

Radio, tv, giornali sempre più copiano – proiettano – dallo Web: come un alunno che non ha studiato o difetti di comprendonio; mantenendo (con i libri) il prestigio inerte dell'alunno di casata. Nel rimbalzo cross-mediale – abolizione di futuro perché di memoria – miti di un youtuber ventenne, sono gli stessi di un teledipendente di venti anni fa o di un ottuagenario d'oggi: Maria De Filippi, Barbara D'Urso, Carlo Conti.

4. Bello Figo e la famiglia

Dislocandosi a rete ed abbandonando il modello tv, la famiglia anche come residuo resta importante – tipo nazione dopo diaspora. Lo youtuber, nella messinscena senza, ne ha una alle spalle; valevole da condizione o concausa, fosse solo economica, della sua possibilità d'apparire. Chi lo ignori, propaga il *sine materia* dell'ignoranza dei fatti ossia, appunto, della materia. Dalla *provenienza* va interrogata la *possibilità*.

5. Bello Figo e lo smartphone

Più importante lo smartphone per lo web o viceversa? Relazione simbiotica uovo/gallina. Almeno in origine, lo youtuber produce video con lo smartphone, che in essi è protagonista diretto o indiretto; e le visualizzazioni o contatti che riceve, li riceve per lo più da smartphone. Ma nessuno, non solo lui, sa – ingegneristicamente e nelle cause ed effetti – che cosa sia uno smartphone. *Conseguenze della modernità*.

6. Bello Figo e i videogiochi

Anni Settanta; coi videogiochi nacque la realtà virtuale come mancanza di responsabilità per quel che si fa. Guardi un film, uno show tv: non fai niente; non v'intervieni; non la consideri realtà. Nel videogioco intervieni, è realtà ma virtuale: dopo sembra non succeda niente. Puoi permetterti l'onnivorismo. L'applicazione dello web allo smartphone, anche in uno youtuber che rappa – la vivi perlopiù così.

7. Bello Figo e Berlusconi

Con la tv commerciale, più che deresponsabilizzazione da realtà virtuale, Berlusconi istituzionalizzò, in Italia, un quarantennio fa, la responsabilità come doverosità del consumare: il mondo di plastica non nel senso d'irreale ma, alla lettera, plastificato. La virtualità del videogioco si colloca, di necessità fisica, all'interno dell'iperrealtà – con toni della vita tanto crudi quanto dissimulati – del consumo, non viceversa.

8. Bello Figo e lo SwaG

Swag Berlusconi sostenendo che lo youtuber “capo dello SwaG” sia Berlusconi, più che da fanta-ontologia o parodia, potrebbe fungere da critica del nesso tra Berlusconi e il parcheggio del video o di quello figa/iPhone del testo. Non vale però nulla: l'unico *mana* è camminare/vivere barcollando (“swag”) stile rapper (od *Homo pre-erectus*); in un orgoglio *sciallo* post-reggae o dada (“dada non significa nulla”).

9. Bello Figo e Renzi

Essendone causa/effetto, Berlusconi, servito il consumismo – alla lettera: consumo di materia – da privato, ha proseguito da politico. Messo al governo dal consumismo – suoi sottoinsiemi, DC e PCI – che l'ha preceduto e che l'ha sostituito, in una gara di scissiparità, con mascotte quali Renzi; per la recrudescenza del consumo, sessuale compreso, iperbolicamente celebrato dallo youtuber in *Referendum Costituzionale*.

10. Bello Figo e il Movimento 5 Stelle

In quanto ecologista ed ecologicamente Web, il M5S è intrattabile dallo youtuber, pur operante proprio nella sua “piccola Stalingrado”. I mass media, a logica consumista, hanno impiegato anni per concepire il M5S; i suoi sostenitori, con la medesima *forma mentis* dei mass media, lo sostengono per motivi sbagliati. Il rapper, reazionario d'intruppamento routinario, “sembro Beppe Grillo” lo dice per fagocitazione SwaG.

11. Bello Figo e la fidanzata di Fedez

2017: nel rap-pop, Fedez è dei più seguiti in Italia; sostiene il M5S per motivi non ecologici; la sua opera – mezzo miliardo di visualizzazioni YouTube – ne conferma il consumismo; da fashion blogger celebrando il quale, ha successo la sua fidanzata; in una Milano berlusconiana 2.0, per globalizzazione del brutto più invivibile, simile alla Parma di Bello Figo quanto questi, per mente ecologica, lo è a Fedez.

12. Bello Figo e Gucci

Ecologia: non ignorare la materia nelle cause ed effetti delle azioni. Ogni simbolo, atto nostro, è ignoranza più possibile di materia: per saltare da simbolo a simbolo; ricadere in (vuoto) sé; ridurre il mondo a sé in quanto astrazione. I brand sono simboli. Gucci fa lasciare ad uno youtuber il nome di Gucci Boy per Bello Figo. Scontri fra simboli. Falsi scontri. Nulla, che fa male. Berlusconi, Fedez, la fidanzata.

13. Bello Figo e Parma

Se nonluogo, Milano è lo stesso di Parma o Los Angeles – dove la fidanzata-sortilegio di Fedez compra ville. Gucci Boy vale alla lettera non perché reale il simbolo ma perché lo youtuber condivide la sharia di Gucci del consumo; originatasi, nel valore liturgico della ripetizione, millenni fa e con per effetti materiali: la spazialmente illogica indifferenza, Hilton-angelica, Parma/Milano/Los Angeles.

14. Bello Figo e il lavoro

La blogger vuol famiglia; lo youtuber non vuol lavorare (“grazie a Dio non c'è lavoro”); entrambi vogliono, neo-sessantotteschi, il permissivismo impossibile: zero responsabilità. Vogliono quanto *Homo consumens* ha sempre voluto, chiamandolo dio. Vivere (morendo) d'ignoranza e *disaderenza* causa/effetto. *Non pago affitto* o l'assurdo del *sine materia*: sì alla casa (effetto) – no alla condizione (pagare).

15. Bello Figo e Hitler

Lo youtuber identificandosi con Hitler non parodia; fa l'Hitler sedicente ariano pur con tratti somatici opposti: come l'economia della Crescita, giustifica, distruggendo, l'ingiustificabile; finché l'autodistruzione mostri l'ingiustificabile. *Arbeit macht frei* è come la *famiglia* della blogger o il *bello* dello youtuber: astrazioni violenta-materia per l'impossibile stesso (da qui l'asemantica *swag*) d'astrarsi da cause ed effetti.

16. Bello Figo e l'industria

Youtuber, blogger, Hitler fanno con l'impossibile realizzato come distruzione quel che fa l'industria, braccio d'un'economia la cui mente malata è la finanza. L'impossibile loro (il tappeto a 1.50 euro di *Vucumprà*) sarebbe impossibile senza distruzione industriale. In materia – oggettistica di youtuber e blogger, armi di Hitler – e concetto: nessun youtuber, blogger o Hitler può concepire da solo l'impossibile.

17. Bello Figo e il calcio

Se già in Petronio rinveniamo, satirizzata – con partecipazione passiva ma acritica – la logica illogica dell'impossibile realizzato come distruzione; questa – oltre ed a traino dell'economia della Crescita – trionfa nello sport meno sportivo: il calcio; ridotto a *FIFA17*; a irresponsabilità simbolica causa/effetto; a F1. *Sembro Francesco Totti* e *Swag Balottelli* vanno presi alla lettera. Auto-ostensione di prodotti.

18. Bello Figo e il rap

Ultimo genere, il rap, della musica popolare prima del suo stallo nell'elettronica (troppo complessa a trattarsi senza un Mozart dell'elettro). Quintessenza punk, dopo che questo lo fu del r'n'r, negli youtuber è *koinè* senza storia, senso, proposta; tra camuffamenti video e d'elettronica standardizzata, qui non abbiamo né *ragioni* né *persone*. Nessun flusso di coscienza perché nessuna coscienza del flusso.

19. Bello Figo e il punk

Mancando altro, potrebbe considerarsi lo youtuber la manifestazione più punk oggi in Italia; ma, in lui, al grado zero di tecnica non s'accompagna uno espressivo sufficiente anche solo ad una dichiarazione d'intenti: sia d'opposizione al sistema, che d'opposizione ad ogni opposizione. Nessun essere-in-rivolta perché nessun essere distinto; dove l'*omnis determinatio est negatio* avrebbe valore emancipativo ...

20. Bello Figo e il blues

Delta del Mississippi; cent'anni fa i raccoglitori di cotone neri – a cui un politico italiano di destra vorrebbe s'unisse, non si sa come, lo youtuber – resistevano lamentandosi creativamente; i loro blues hanno resistito a tempo e tecnologia. Lo youtuber ha invece successo perché non resiste: nemmeno ai propri, di tempo e tecnologia; che, se merda, trattano lui – assieme tendenzialmente tutti noi – da mosca.

21. Bello Figo e la libertà

Il consumismo non distingue fra *libertas a necessitate* e *libertas a coactione*; fa della necessità naturale (o prima natura) una costrizione da rimuovere e della *coactio* come condizionamento storico (o seconda natura), una necessità naturale. Se è necessario mangiare, non lo è la pasta con tonno: quando questa si polarizza, vuol dire che cause ed effetti sono ignorati e che lo scambio simbolico diviene sversamento mortifero.

22. Bello Figo e i giovani

I giovani sono vecchi – senza filosofia; omologati al preesistente come *non plus ultra*. Il nostro youtuber, la nostra blogger, Hitler, l'industria, il calcio, il pop – non filosofando, sono vecchi; per questo (si) impongono – la filosofia no. Non manca l'unicità stirneriana, ma la *dignità* mirandoliana nel tribalismo *swag* del “posso esser tuo puttano / posso esserti di tutto / non mi importa che succede”.

23. Bello Figo e il conformismo

Nella *rettorica* *swag* non v'è traccia della (per Marx) unica ricchezza proletaria: la contraddittorietà; né, all'estremo opposto, del cinismo sadiano. Si scivola piuttosto nel masochismo (“cinque tatuaggi in sole tre ore, per me è un cazzo perché amo il dolore”) che, se consapevole, potrebbe valere da verità ecologica sugli effetti autodistruttivi del consumismo. Non essendolo, rientra nell'*Aids e le sue metafore*.

24. Bello Figo e i vecchi

Il consumismo come scambio simbolico mortifero o assurda astrazione dalla materia che essendo impossibile si traduce in ignoranza distruttiva, accomuna – tramite i mitologemi tv o tonno – lo youtuber e mia nonna Quella tra nonna e youtuber – sedicente Hitler, Totti o De Filippi – è differenza forse di *pratiche rituali* che senza *strategie cognitive* non fa ecologicamente differenza. Parma/Milano/Los Angeles ...

25. Bello Figo e la musica

Se la popolare non è musica perché non-arte e non-arte per *deficit*, in entrata ed uscita, di pensiero o cultura (non sviluppando soggettività tramite oggettività tecniche e viceversa) – quelli dello youtuber non sono neppure suoni (non essendo *suoi*) ma risonanze. Sia a livello proprio o di forma, che di contenuto (o traslato ad ogni possibile significato), il suo “andare a tempo” si ferma a “basi prese così come sono”.

26. Bello Figo e “le basi prese così come sono”

Gorgia metteva in relazione, per render conto dei poteri della poesia, *logos, metron, psyche*. Il *metron* dello youtuber, senza *logos*, è causa/effetto – tanto più quanto più *magico* – di devastazione psichica. Nell’espressività parassitaria, con l’accumularsi d’invocazioni sempre uguali pressoché insignificanti, “chi inganna” non è “più giusto di chi non inganna” e “chi è ingannato” non è “più saggio di chi non è ingannato”.

27. Bello Figo e “l’andare a tempo”

Il rap dello youtuber (*drum machine, reggae-dub, Auto-Tune*) sarebbe la *trap* delle case popolari strabocca-droga d’Atlanta, Georgia. Ne usa “le basi così come sono”; vi rappa a tempo: stessa pseudo identità swag della *dab dance*, presa da calciatori della Juventus (*Io sono Juventus*), derivante anch’essa da Atlanta. Nessun apprendimento del proprio tempo nel pensiero; quindi nessuna *confession d’un enfant du siècle*.

28. Bello Figo ed Ipponatte, ad esempio

Immigrazione e politica, cibo, sesso, soldi, linguaggio osceno, bassifondi, consorteria, testo + musica (nel simposio i giambi pare si cadenzassero simil-rap) – potrebbero accomunare lo youtuber ai poeti giambici greci; ma il primo non è *vir bonus dicendi peritus*; la sua “psicologia delle cose di ogni giorno” è troppo povera per una psiche non ecologica ma qualsivoglia. In questa fabulazione non nascono Sé.

29. Bello Figo e il porno

La pretesa porno: essere senza pretese; non tendere materialista alla carnalità dello spirito ma ridursi edonista e falsa conoscenza alla pseudo spiritualità (non *format* e non ripetizione, lo spirito) della carne. Sviscerare si deve in laboratorio, non dal macellaio o boia. Lo “scópo quella figa come nel film porno” snatura il sesso, quanto i soldi l’economia, *coprendolo d’armature* fetish alla Dipré o – anomiche – anonime.

30. Bello Figo e l'amatoriale

Il porno *gonzo* non libera sesso ed espressione; più di quanto il fai-da-te, ipocrisia della GDO, emancipi dal mercato. Il pop, nonostante il punk, non emancipa dalla tecnica ma – lo dimostra il servomeccanismo rap dello youtuber – aliena nel *Gestell* tecnologico. *A priori* impedendo, ad es. – ed a partire dalle canzonette in tema, idee platoniche senza Platone – ogni espressione d'amore libera da *crisi della presenza*.

31. Bello Figo e la tecnica

La tecnica è non-pensata: confusa con la tecnologia, sua non essenziale manifestazione. È ogni preesistenza che consenta al soggetto di farsi intersoggettivo ed esistere nel mondo. Più è semplice, o libera, più rischia di costringere perché meno sa di sé. Il grado tecnico zero dello youtuber non emancipa: *abbandona* alla tecnologia quale astuzia della tecnica (a rischio deflazione).

32. Bello Figo e il pensiero

Contrario, l'*almanacco di un mondo semplice* dello youtuber, a quello di Leopold per cui “un'azione è giusta quando è destinata a preservare l'integrità, la stabilità e la bellezza di una comunità biotica”. Non pensa “come una montagna” ma *audiovisivamente* considera il pensiero montagna: enormità estranea ed inerte. “A parte le mie fighe bianche / io non vedo” – e “chissenefrega del giusto”.

33. Bello Figo e l'identità

Nell'identità d'uguaglianza indifferente, da supporto di memorizzazione di massa, non vi è scotiana *haecceitas* o *eccomi* romanzesco (J. S. Foer); pure, il “prima ero Ligabueo, adesso sono Durséeee” non è *niente*; la negatività non è niente. E per *homo sapiens* è negativo caratterizzarsi per ciò che ha in comune col resto (di specie o cose): genitali, metabolismo, istinti, prestazioni, ignoranza. *Fatti non foste ...*

34. Bello Figo e lo sciamanesimo

Come per la modernità s'è parlato d'allegoria vuota, si potrebbe per le popstar parlare di sciamanesimo vuoto: vanno e fanno andare in *trance* (autoipnotismo, ipnotismo collettivo ecc.), ma non ‘guariscono’; le forze ‘sovranaturali’ che governano il mondo – fra cui, più che l'élite senza potere delle popstar, il concetto o *meme* di popstar – possono continuare a governarlo solo grazie a questa non-guarigione.

35. Bello Figo e il razzismo

Nell'infondatezza genetica del razzismo, la xenofobia è problema vero di una dimensione falsa; risolvibile – con terrorismo, nazionalismo o conflitti religiosi – solo eliminando quella dimensione, d'antropocentrismo astraeante o simbolo-centrico, rinvenibile pure in chi difenda lo youtuber (“stra-abituato agli insulti”) come se l'assurdo razzista fosse causa, non effetto, di Male co-prodotto dallo youtuber stesso.

36. Bello Figo e gli immigrati irregolari

Lo youtuber, immigrato regolare, gioca sull'equivoco di non esserlo; sfrutta la disperazione dei profughi esasperando i pregiudizi su di loro per provocare scandalo e quindi attirare attenzione su di sé; risolvendosi in un indistinto del godimento costituito dall'irresponsabilità più bieca: “Tutti i miei amici son venuti con la barca / Swag barca, appena arrivati in Italia, abbiamo: / Casa, macchine, fighe”.

37. Bello Figo e il linguaggio

I limiti del suo linguaggio sono i limiti del suo mondo. Le sue, parole senza *cose*; coprolalia, ecolalia, glossolalia gli servono per questa smaterializzazione: nichilismo impossibile, non dandosi esistenza, nemmeno linguistica, senza materia. Bello Figo è il linguaggio degradato a zero della nostra umanità antimaterialistica e simbolistica. Succede, quando si fa di un profugo nel cristianesimo come Agostino, santo e padre.

38. Bello Figo e la libertà

Con la sua pseudo libertà d'espressione – è il Consumo che lo parla – lo youtuber fa alla libertà qualcosa come i terroristi a *Charlie Hebdo*. Che l'hanno impedita non tanto per aver massacrato ma per aver dimostrato di non essere liberi d'esprimersi: il massacro non è espressione; il terrore è terrore della fatica d'affrontare le possibilità d'espressione. Ermes, dio più grande – perché meno Dio – di Allah.

39. Bello Figo e il successo

I terroristi, per far ‘succedere’ il terrore, scelgono quali target gli obiettivi di più rilevanza simbolica; meglio se *soft* (vulnerabili). Ma cosa presenta oggi simili caratteri, più di Facebook, YouTube, e, ancora, una qualche forma di tv? BF – da Bello Figo otteniamo l'acronimo inverso di Facebook – ha più successo dei terroristi quanto più, antifilosofo, impedisce con la sua *volatilità* di meravigliarsi del terrore.

40. Bello Figo e i simboli

Si consideri la *Disputatio pro declaratione virtutis indulgentiarum* – il luteranesimo – un tentativo di de-simbolizzazione del cristianesimo per giungere all'unica materia religiosa: la *poenitentia*; che traducendosi in “mortificazione della carne” – nell'essenzialmente impossibile distruzione della materia – lo fa ricadere nel simbolo. Rispetto al dio Consumo, BF è Leone X e Marx Lutero.

40. Bello Figo e i tatuaggi

Un discorso disegna il profilo del destinatario e n'abbisogna per funzionare: se la violenza terroristica richiede testimoni, BF è testimonial della consumistica, in cui, entrambe simbolistiche, l'altra rientra. Il *no future* imposto alla pelle dal tatuarsi è nichilismo fisico, non esistenziale, non punk: ignorante del fisico, lo riduce al simbolo *Hello Kitty*. Così le croci in pubblico – rispetto al punk Gesù.

41. Bello Figo e i graffiti

Dalla moda – irresponsabilità materiale di per sé – dei tatuaggi a quella dei *succhiotti* fra teenager, siamo al fare delle cose parole, con l'implosione di queste nella *faticità* che non parla *del* mondo, ignorato, ma *nel* mondo – così, quanto può, distruggendolo – tipica dell'egocentrismo infantile, del rito religioso e del *graffitismo* e *scratching* infedele-alla-terra (e perciò ‘crociato’) hip-hop o derivativo.

42. Bello Figo e la materia

BF considera la materia più della media pop, epperò la considera distruttivamente; il risultato quindi non cambia: “Mi lavo con acqua calda / Prima di andare in centro / Ci sto per un'ora”. Bambino nel mondo dei grandi o primitivo nell'industriale, si diverte con tutto; esalta – con para-winnicottiana *transizionalità* degli oggetti – ciò che per i nativi consumatori è norma; con l'effetto di far compiacere ancora di più del consumo.

43. Bello Figo e i vestiti

“Militanti Nike”, i giovani *losers* (delinquenti, tossici, ecc.) autori suicidi d'attentati rivendicati *a posteriori* dal jihad. *Just do it*, pure l'invito dell'attentatore suicida, *ecologica-mente* (in ciò senza rivendicazione del Consumo), BF; con vestiario, del quale non interessano cause, effetti, significati ma il solo successo simbolico; tipo quello – ignorante l'egloga barocca premio Pulitzer 1948 – del trade mark Ansia.

44. Bello Figo e il cibo

Analizzare i pasti come testi, va fatto ecologicamente: griglie sintattiche del pasto – in formule stereotipate da *tag bombing*, via pensiero autistico di glossolalo – le fornisce pure BF; come i mezzadri della festa = carne: oca e fritto “faceano più comparita”; in atavica ostentazione alimentare, effetto di divoramento per mancanza d’assimilazione cognitiva; e avendosi jihadismo del consumo anche a Corkadoragha.

45. Bello Figo e il corpo

Chi mangia al McDonald (gusto), gioca a FIFA17, ascolta Justin Bibier (udito), si tatua (tatto), vede “più fighe che alberi”, procede a “cinque seghe” per volta, va in discoteca ecc. – risultando effetto passivo di fattori esterni in cerca di supporti più di virus o geni egoisti, vive il proprio corpo “in locazione transitiva” (Serres). In una vita mortifera perché – tra *affluent society* e anoressia – sperpera cultura e materia.

46. Bello Figo e l’ambiente

L’Isis è *per essenza*, col consumismo, senza territorio: conquisti un continente; perché senza ambiente o cura della materia. Unge lo scambio simbolico: automatico e onnipervasivo da incepparsi, causa di Big Data che per deficit semantici si svuotano come simboli restando segni, rivelando l’inevitabilità materica. Subiamo il terrorismo col non avere terrore del consumo di suolo. E di BF quale sua concausa e co-effetto.

47. Bello Figo e la bellezza

Ecologicamente, l’Isis non è antioccidentale: non più di Cindia; entrambi anti-materici, come l’Occidente – quindi contro la bellezza (senza materia, suo rispetto, questa non dandosi). L’Isis contrabbanda reperti archeologici sul mercato; rivendendoli a quelli stessi occidentali che lo combattono. Il rispetto della materia avrebbe potuto salvare Palmira. Mancanza di rispetto da cui il *brutto* dei video di BF.

48. Bello Figo e il sesso

Le donne di BF: “belle” perché “fighe”. In una erotomania tutt’uno con la smaterializzazione causa dello scempio di Palmira. Col “peccato”, solito trattamento riservano al sesso – benché *e contrario* – le religioni. Non bisogna dimenticarci d’andarcene in giro con cervelli d’età della pietra? Le orge – facendo dimenticare il sesso, come il *binge drinking* il vino – non soddisfano questo bisogno.

49. Bello Figo e il dadaismo

Materialisticamente il dadaismo è falso anticonformismo: girandola astratta di simboli. Il *ready-made* – richiesta d’astrarre più di quanto non si faccia, dalla materialità delle cose. In tal senso, tra lo *Sceicco bianco* di Fellini e le “fighe bianche” di BF non v’è differenza. *Salviamo i Marò* – nonsenso terrificante: in chi rischia la morte, il terrore massimo stando nel previo scomparire come carne ed ossa.

50. Bello Figo e la mimesi

Il realismo di Lukács (concezione leniniana del rispecchiamento) o di Auerbach (stile serio per la trattazione del quotidiano) fu platonico nel concepire la Realtà quale imitazione di Idee (siano esse politiche o stilistiche); del pari materialmente irrealistica la fenomenologia a scimmiettamento di BF, che con la neotelevisione non privilegia – dice il semiologo – mondi testuali separati rispetto alla vita quotidiana.

51. Bello Figo e la violenza

La mancanza di problematizzazione enunciazionale – impedendo *il pieno sviluppo della persona umana* – fa violenza all’uomo nella misura in cui gliela fa compiere. Se “ogni società nasce ai propri occhi nel momento in cui si dà la narrazione della propria violenza” (J.-P. Faye), la nostra deve ancora nascere: della violenza ecologica – che giunge a BF da una tradizione antimaterialista – non dandosi narrazione.

52. Bello Figo e la forza

BF è violenza e come tutte le violenze, senza forza perché autodistruttivo o impotente (il sacro è violento perché, senza economia o tecnica, impotente). Scienziati, artisti, tecniche – o Socrate, a differenza di Trasimaco; o l’evoluzione – sono forti perché popperianamente procedono per problematizzazioni enunciazionali. Invece, dai quiz ai rap passando per il terrorismo, si ha la *violenza organizzata nell’età globale*.

51. Bello Figo e la povertà

Dopo il 2008, nelle reti della GDO è stata una gara di ribassi per andare incontro ai portafogli di consumatori sempre più poveri; altrettanto s’è fatto nell’espressività pop, passando da Modugno a BF. Ma come per abolire la povertà, e il terrorismo derivante, bisogna abolire i prezzi (le cose non ne hanno essendo la filiera causa/effetti infinita) – l’espressività dev’essere artistica, sennò v’è sempre il rischio di BF.

52. Bello Figo e l'essenza

L'essenza (non) può (non) trattare (anche) la discoteca; nessuna discoteca – l'essenza. Il gigantismo e importanza del fenomeno BF sta nel suo presentarsi minimo e innocuo; come la nociva e inquinante carne in scatola di cui swagga BF. Più esiziali le scarpe da tennis senza racchetta – di credere, con gli antichi Greci, che le donne abbiano maggior probabilità di concepire durante le mestruazioni.

53. Bello Figo e il terrorismo

Falsi scontri. Berlusconi, Fedez, terrorismo e anti, Usa/Urss, Usa/Cina: non perché non si diano differenze tra entità, ma perché sono differenze che ecologicamente non fanno differenza. Così, una religione è differente da un'altra ma entrambe sono religioni. Il terrorismo copre il terrore di BF che copre quello del terrorismo. Lungi da ogni disobbedienza civile, abbiamo soltanto obbedienze incivili.

54. Bello Figo e le cause

“Apro il frigo e mi faccio una coca / perché la pizza va con la coca”: chi (s)ragiona bevendo Coca-Cola perché “la pizza va con la coca”; chi beve “la pizza con la coca” perché “va” così – *l'hic et nunc* va così – non considera gli effetti fisico-culturali del suo comportamento; né del gesto “aprire il frigo”; non scopre nel banale l'essenziale non-banale; non si fa uomo; si fa coca, “seghe”; confonde, in swag, “figo” e frigo.

55. Bello Figo e gli effetti

Il comportamento sociale che assume forme troppo elementari, cessa d'essere sociale o umano e diventa – come accadde ai “volenterosi carnefici di Hitler” – disumano. Del pari, se le guerre contemporanee sono un “gioco autofago” (U. Eco), non sono un gioco; e così il consumismo del divenire simbolico non è un gioco epifenomenico o a costo zero ma consuma il non-simbolico della materia.

56. Bello Figo e il paradosso

“Ok siamo sinceri, sto mentendo”: ma siccome, al pari del consumismo, questo impossibile (a lungo termine) è possibile (a breve), le conseguenze sono distruttive. “La logica è una complicazione. La logica è sempre falsa” (Tzara) solo se impedisce la problematizzazione: altrimenti abbiamo la non-arte (il pop) considerata arte; il reggae contrario al consumismo che si fa consumista e il rap pure.

57. Bello Figo e la parodia

BF produce come i jihadisti video-attestazioni delle proprie gesta considerabili parodia del cinema; con il cinema, a sua volta, parodia involontaria dell'espressione in immagini – mentre il rap (e più in generale il pop) lo è della musica. *Dopo la virtù, l'età del vuoto* risulta caratterizzata dal blocco di universi pluralistici in quanto la “cultura del narcisismo” non trova più nemmeno qualcuno degno di fare da Narciso.

58. Bello Figo e i giornalisti

Se la comprensione dei fatti si ha non analizzandone le parti per conoscere il tutto, bensì riferendosi allo statuto sistemico dei loro rapporti quale momento del sistema più vasto rappresentato dal contesto che li comprende – al pari della giornalistica, la comprensione del mondo di BF (non a caso da giornalisti stimato; Lerner: “lui è il futuro”) è “scialo di triti fatti”. Da qui anche la sua – e giornalistica – irresponsabilità.

59. Bello Figo e la censura

News value system: “bad news is good news”. Il problema del *media coverage* è l'essenza stessa della *notizia*: in quanto tale, violenza o irriflessività. Nella violenza il terrorismo condivide l'essenza con la notiziabilità. BF è stato censurato per poter essere ridotto, cosa che del resto è, a violenza e risultare notizia. Il punto però è non farlo risultare; non ridurre la conoscenza a “scialo di triti fatti” e l'essere a violenza.

60. Bello Figo e la possibilità

“Stare *frésci*” (“belli”); “trovare tutto facile”; bere vodka alla fragola con Redbull; “mi prendi per come mi vedi; io ti dico che sono swag” [un'insignificanza, ma materialmente nociva]; “appena svegliato, il cellulare” [come ogni ragazzino; e vecchio, oramai]; “poi pasta col tonno; poi davanti al pc pompare musica swag”. La democrazia come dittatura della maggioranza non svincola, di per sé, possibilità.

61. Bello Figo e il valore

Come per terroristi e discotecari, il suo valore di scambio è scambio di valori tra ciò che vale e ciò che non vale. Asemiotico perché asistemico ed asemantico. Il senso, anche della distruzione del senso, BF lo distrugge bestialmente. Con la materia distrugge lo stato civile e con esso il semiotico: tempo e spazio; gli attori in gioco, loro volere e potere, sapere e saper-fare; rapporto percezione/azione.

62. Bello Figo e la differenza

La *vanitas* di BF nel non accorgersi della vanità delle sue vanità, può considerarsi attività propagandistica per l'ontologia dell'aleatorietà. Non v'è coesenzialità identità/differenza: azioni senza intenzionalità, se questa è volontà tendenzialmente in grado di giustificarsi. In quanto violenza, il terrorismo è incapace di giustificarsi; in quanto BF, esso è come noi. L'unico modo per sconfiggerlo: farsi altro da noi.

63. Bello Figo e la sommersione

Ne *I sommersi e i salvati* si parla di “violenza inutile” per le crudeltà più gratuite: “prima di morire, la vittima deve essere degradata, affinché l'uccisore senta meno il peso della sua colpa”. Anche questa “unica utilità della violenza inutile”, può considerarsi la funzione di un BF dentro il campo di concentrazione consumistico. Serve per degradare e quindi consumare con meno pensiero e sentimento possibile.

64. Bello Figo e l'uscita

Bisogna uscire dal testo, per studiare. A proposito di “anatomia della distruttività umana”, BF non studia non perché non legge ma perché – ed è la vera obbedienza all'autorità – non si rapporta alla materia criticamente. Adotta a tutti i livelli (vedi il *bling-bling*) gli stilemi consumistici peggiori. Lo spazio è un linguaggio: ci parla della realtà, della società. Nemmeno Heidegger – bibliofilo – vi si pose in ascolto.

65. Bello Figo e dire fare baciare

Se in una “società decente” – quale principio di “responsabilità” come “etica per una civiltà tecnologica” – dovremmo tendere a fare e/o dire il meno possibile di quello che non si capisce, il “voyeurismo tattile” di BF raggiunge il massimo del dire/fare senza capire e (impedito ogni “mutuo appoggio”) far capire. Ottenendo anche con ciò un effetto, sia pure negli “itinerari estetici del brutto”, di osceno da eccesso di kitsch.

66. Bello Figo e le nostre tre arance di cervello

Con performance più di cocktail, magliette, smartphone, profilattici, sneakers – che di turntablist, beatmaking, scratching, breakdance, in BF e nell'atto consumistico, non v'è coscienza che si aliena negli oggetti, ma oggetti che si alienano, in quell'impossibilità del nulla che è la distruzione, per mancanza di coscienza; coscienza mancante (decapitata) perché ignara di simile impossibilità.

67. Bello Figo e Sorrentino il regista

Non trasfigurando il banale (Danto), quella di BF non è arte; anche se nella sua pagina FB si qualifica ‘artista’. Così *La grande bellezza* è “stare *frésci*”. Post-cinema, rientra espressivamente nelle strategie usate dai punti vendita con la creazione di ibridi: categorie merceologiche tenute insieme da una shopping *experience* per il consumatore (isola promozionale o display; packaging; layout espositivo).

68. Bello Figo e Zara

Per Tzara “l’opera d’arte non deve rappresentare la bellezza che è morta”; ma rappresenta almeno questo! Con BF, dalla musica bruitistica si passa alla parola bruitistica, ma la parola bruitistica non è parola: è “fruizione non semiotica del sensibile” (Virno), non valevole da essenza del linguaggio ma da annientamento di ogni aura; per consentire quella frattura d’arte e vita che sono ad es. i magazzini Zara.

69. Bello Figo e le visualizzazioni

Lo Youtube di BF (e dei terroristi?) somiglia al monologo collettivo di Piaget: molti bambini riuniti insieme, ciascuno parla a se stesso, dando però grande importanza alla presenza altrui; ogni monologante abbisogna di testimoni che non comprendano ciò che dice ma registrino tuttavia che parla. Ci fossero *self*! Il *selfie*, nella solitudine della sua folla, annulla il *self* – come, nelle visualizzazioni, i click la vista.

70. Bello Figo e l’incertezza

Il terrorismo – e le nostre crisi economiche – non sono “fonte di incertezza”; certificano che il sistema consumistico è sbagliato. L’astrazionismo simbolistico accomuna occidentali e terroristi. Il problema è che pur essendo male – è. *Unde malum?* Per essere – *possibile tecnicamente* – deve essere, in certo senso, bene; o almeno natura, *phùsis*. Il male di BF o del terrorismo non è che è male – ma che è.

Tommaso Franci primavera 2017 Siena