

Winkler: Hartmut: Cambiare, scambiare, comunicare.

La creazione della rete nell'economia e nei media.

In: Azimuth. Philosophical Coordinates in Modern and Contemporary Age,

III (2015), Nr. 5:

Rethinking Exchange. Itineraries through Economy, Sociology and Philosophy.

Ripensare lo scambio. Itinerari tra economia, sociologia e filosofia.

Buongiorno, Federica; Lucci, Antonio (Hg.), S. 175-184.

CAMBIARE, SCAMBIARE, COMUNICARE

LA CREAZIONE DELLA RETE NELL'ECONOMIA E NEI MEDIA*

1. *La questione.*

Qualcuno scrive un libro; altri pagano perché vogliono leggerlo. Questo fatto consente all'autore di finanziare oggetti solidi e tridimensionali come i suoi pasti quotidiani. Per quanto in completa analogia con la produzione materiale, nel quadro della divisione sociale del lavoro l'autore avrebbe potuto produrre – invece del libro – anche un altro bene utile.

In effetti, però, il processo è più che sorprendente: l'autore, infatti, non scrive un libro ma dapprima un testo, un costrutto simbolico costituito da piccoli segni in filigrana. Del supporto materiale si occupa un'intera filiera: l'editore, una fabbrica di cellulosa, una tipografia, un rilegatore, un distributore etc. Il 95% del denaro versato dal lettore che vuole leggere il libro, non va in alcun modo all'autore ma a questa filiera di concretizzazione e mediazione. Il libro, come oggetto solido tridimensionale, prende il testo a occasione della propria esistenza, marginalizzandolo però ben presto – le formule nei contratti di edizione non lasciano alcun dubbio al riguardo¹.

In secondo luogo, e più fondamentalmente, sorprende il fatto che tra il piano del simbolico e il piano dell'economico sussista in generale uno scambio (*Austausch*) regolare. È raro, ad esempio, che le espressioni verbali assumano forma di merce: una transizione del genere è qui chiaramente impedita. Per poter scambiare prodotti simbolici in cambio di denaro si

* Traduzione dal tedesco di Federica Buongiorno. Originariamente pubblicato in *Netzwerke. Eine Kulturtechnik der Moderne*, a cura di J. Barkhoff – H. Böhme – J. Riou, Colonia 2014.

¹ Ciò è chiarissimo già dal fatto che l'autore cede il suo copyright all'editore.

richiede la stesura scritta su un supporto materiale² che allora, come oggetto tra gli oggetti, entra nel circuito del cambio³.

Ma cosa significa ciò? Il simbolico si serve dell'economico al fine di organizzare lo scambio di sé? È trasportato dall'economico, per così dire, sulle spalle, come un parassita all'interno di un sistema la cui rete e la cui capacità di scambio è chiaramente superiore⁴ (Luhmann dice: i media garantiscono la raggiungibilità)⁵? Non è, il simbolico stesso, già da sempre contrassegnato dallo scambio?

2. Costruzione della rete vs. modello emittente-ricevente.

In prima battuta, è indubbio che entrambi i sistemi [il simbolico e l'economico] sviluppano delle reti. Inoltre: concepire in generale lo scambio come una rete appare incomparabilmente più complesso nel campo della comunicazione che in quello dell'economia. Qui può giocare un ruolo il fatto che comunicazione, media e cambio simbolico vengono costantemente configurati a partire dal modello emittente-ricevente, che – essendo necessariamente bilaterale – impedisce quasi sistematicamente di guardare a meccanismi più complessi di creazione della rete. La questione, dunque, emerge di principio soltanto se si è disposti ad abbandonare il modello emittente-ricevente – e con essa emerge anche la costruzione di un modello al di sopra dell'economia.

Ritengo che la riflessione sull'economia dia modo di ricavare, forse, una rappresentazione più solida. La nostra esistenza materiale, infatti, è *composta* in modo assai significativo dalle fonti più diverse: nelle abitazioni si accumulano oggetti dalla provenienza più disparata, o essi passano attraverso i corpi, circolano, si accumulano, vengono condensate e poi di nuovo disperse; la seconda natura appare, nel suo complesso, come un enorme conglomerato, che raggruppa in modi sempre nuovi processi e monumenti, gli strati temporali più diversi, atti, argomenti e cose, geografia e materiali/scarti. L'economia

² Oppure, si richiede un contesto istituzionale relativamente ristretto.

³ Il testo gioca sulla sottile differenza – linguistica e concettuale – tra 'cambio' (*Tausch*) e 'scambio' (*Austausch*): laddove l'Autore utilizza il primo termine, si riferisce di preferenza alla sfera economica dello scambio di merci contro denaro. Laddove utilizza il secondo termine, intende riferirsi alla sfera della circolazione dei segni e dei significati nell'ambito della comunicazione (*N.d.T.*).

⁴ Prodotto simbolico → Reificazione/ Forma-merce → Scambio/ Raggiungibilità → 'Utilizzo'/ Decodificazione.

⁵ N. Luhmann, *Sistemi sociali. Fondamenti di una teoria generale*, Bologna, il Mulino, 1990, cap. IV.

appare come il motore o almeno come la piattaforma di questo gigantesco processo di cambio e scambio.

Al confronto, le reti simboliche sono al tempo stesso meno complesse e più complesse: meno complesse, in quanto esse stesse riducono la complessità⁶ e lasciano intatta la logica inerente alla sfera materiale⁷. Più complesse, in quanto moltiplicano il reale negli spazi frattali e graduati del possibile. Pensando il simbolico in rapporto al cambio di merci e alla seconda natura, e il linguaggio in rapporto alla metropoli e alla tecnologia⁸, sfruttiamo il vantaggio della intuitività incomparabilmente maggiore di queste rappresentazioni. La concezione di Flusser, secondo cui il soggetto va colto come un nodo nella rete dei discorsi, andrebbe concretizzata con riferimento all'economia – esattamente come, forse, il concetto stesso di discorso.

La frizione di due sfere, dunque, e la loro somiglianza strutturale: il campo è delimitato dal fatto che cambio e scambio sono assai prossimi tra loro, sebbene il cambio connoti le merci e lo scambio la comunicazione. In maniera analoga, ad esempio, il *mercato* è stato sempre pensato come, al tempo stesso, sfera pubblica e luogo dell'approvvigionamento materiale.

3. *One to many.*

In secondo luogo, dovrebbe essere pacifico che entrambe le reti mostrano dei parallelismi strutturali. La riproduzione tecnica tipica dei media, ad esempio, è una variante della produzione industriale in serie. La stampa del libro fu una delle prime industrie a connettere tra loro strumentazioni avanzate, semplificazione, standardizzazione e produzione seriale⁹.

È solo su questa base che esemplari identici di un singolo prodotto possono raggiungere clienti o destinatari tanto dispersi nello spazio, e ciò ha delle ricadute sull'architettura delle reti emergenti: industria e media hanno in comune il fatto di costituire strutture *one-to-many*. Rispetto al singolo prodotto, si tratta qui di una tendenza centralistica: sorgono grandi ordinamenti

⁶ Ciò è particolarmente chiaro nel caso della formazione dei concetti: moltissimi oggetti reali vengono sussunti sotto un concetto comune.

⁷ Più esattamente: la logica propria della sfera materiale è tenuta ferma nella posizione del referente, al quale mira l'indicazione – al prezzo di rientrare nella logica propria del significante.

⁸ Ho teorizzato questo riferimento in H. Winkler, *Das Modell. Diskurse, Aufschreibesysteme, Technik, Monumente. Entwurf einer Theorie kultureller Kontinüierung*, in *Archivprozesse. Die Kommunikation der Aufbewahrung*, a cura di H. Pompe – L. Scholz, Colonia 2002, pp. 297-315 (www.uni-paderborn.de/winkler/modell.html).

⁹ Cfr. ad esempio M. Giesecke, *Der Buchdruck in der frühen Neuzeit*, Francoforte s.M. 1991.

costelliformi, nei quali pochi produttori possono di volta in volta soddisfare milioni di consumatori con le singole merci. Nel corso dello sviluppo storico, le piccole unità locali vanno sparendo e sono sostituite dalle grandi unità regionali.

Questo centralismo è bilanciato dalla differenziazione dei prodotti e dalla crescente dipendenza reciproca dei produttori. Le strutture *one-to-many* si sovrappongono al sistema di cambio e la rete che ne emerge è al tempo stesso centralistica e de-centralistica.

4. Rete, geografia e trasporto.

Il primo problema che l'architettura della rete e la logistica pongono qui ha effetti immediati anche sulla geografia. Più grandi divengono le strutture *one-to-many*, tanto più si ingrandiscono i raggi geografici preposti a connettere la rete.

Nel regno delle merci tridimensionali è il *trasporto* a rendere possibili le strutture *one-to-many*: la maggior parte delle merci devono essere trasportate fisicamente da un punto 'A' verso un punto 'B' e soltanto il trasporto fisico è in grado di superare le crescenti distanze geografiche. Un dispendio esplosivo su questo fronte, ravvisabile quotidianamente su qualsiasi autostrada, è il prezzo da pagare per la crescita dei raggi di distribuzione.

Nel regno dei media i collegamenti sono simili e al tempo stesso più complessi. A partire da H. Innis, i media si definiscono per il fatto di superare spazio e tempo; per la maggior parte della storia dei media, essi operano questo superamento in unione con le merci tridimensionali così come nella modalità del trasporto fisico¹⁰. Poiché messaggi, uomini e merci viaggiavano alla stessa velocità, l'organizzazione delle forme di trasporto ha coinciso in larga misura con la trasmissione delle notizie. Soltanto con la telegrafia questo nesso si è sciolto.

5. Dematerializzazione.

Si tratta di una svolta importante, probabilmente della più importante nella storia dei media. A questo punto, infatti, il funzionamento dei media si lascia alle spalle la fisica, o perlomeno quella parte della fisica che fino a quel momento era connessa al mondo solido, tridimensionale delle cose e delle merci. Esattamente in questo punto, dunque, mondo delle merci e mondo dei media divergono.

¹⁰ Harold Innis, *Empire and Communications*, Oxford 1950. Un piccolo estratto è tradotto in tedesco: Id., *Die Medien in den Reichen des Altertums*, in Id., *Kreuzwege der Kommunikation. Ausgewählte Texte*, Vienna-New York 1997, pp. 56-66.

La storia dei media nel suo complesso può essere considerata come un processo di progressiva dematerializzazione. Dagli statici monumenti materiali alla tavola di terracotta trasportabile e poi alla carta leggera; dai dipinti murali e dalla scultura al dipinto su tavola e alla fotografia, sino ai fluttuanti flussi di dati della telegrafia e dei computer; nel corso dello sviluppo storico le opere scritte e figurative sono diventate sempre più leggere e trasportabili. Con Marconi e la radiotrasmissione, infine, la comunicazione fa a meno persino dei cavi.

Lo sviluppo tratteggiato non rappresenta esplicitamente, a me pare, un problema proprio dell'evoluzione tecnica. Il mio suggerimento sarebbe, piuttosto, di considerare lo scenario dalla prospettiva del *trasporto*. Il trasporto stesso, si potrebbe dire, impone la sua legge ed esaurisce passo per passo la sostanza dei significanti; trasmissione e trasporto si riscrivono nei segni e si assottigliano, finché appunto i significanti possono essere inviati telegraficamente e la sfera mediatica si lascia infine alle spalle massa e forza di gravità¹¹.

Mi sembra necessario aggiungere due annotazioni alla tesi di questa progressiva dematerializzazione: da un lato, la dematerializzazione riguarda dapprima soltanto i significanti, ma non in generale la rete dei media, il cui versante tecnico si complica in misura proporzionale (e inversa?), facendosi denso di presupposti e più materiale.

In secondo luogo, bisognerebbe riflettere sulla lingua orale, un medium di base antico quanto l'umanità e sin dall'inizio 'immateriale' nella misura in cui trasforma una sostanza estremamente volatile, come l'aria vibrante, nella materia dei suoi significanti. L'aria ha la proprietà di attutire velocemente il rumore, il che vincola le espressioni orali a un orizzonte ristretto.

La mia seconda tesi sarebbe la seguente: all'economia e al mondo delle merci è preclusa la via di una dematerializzazione analoga. Anche se, com'è ovvio, esistono merci immateriali anche al di fuori della sfera dei media (ad esempio i servizi, il lavoro salariato, il denaro come mezzo di cambio e altro ancora), economia e merci restano tuttavia centrate sul mondo fisico, sul bisogno e sulla necessità, e infine sui beni essenziali. Alla luce della distri-

¹¹ Se indaghiamo i segni su un piano più generale, e soprattutto nel loro rapporto col designato, giungiamo al medesimo risultato. Flusser ha messo in evidenza che i segni sono fondamentalmente 'più leggeri' del designato: ciò vale per i suoni del linguaggio orale ma anche per le opere dipinte, che riducono la sfera solida tridimensionale a sole due dimensioni. Analogamente accade nella scrittura, che procede in modo ancor più rigido – allineando i suoi significanti in modo lineare, accontentandosi così di una sola dimensione spaziale. Cfr. V. Flusser, *Ins Universum der technischen Bilder*, Gottinga 1985, pp. 9 sgg. Il problema dei musei è appunto la loro pretesa di conservare le cose reali tridimensionali.

buzione e del trasporto, dunque, i segni sono effettivamente ideali, in misura notevolmente maggiore delle merci fisiche.

Con ciò, tuttavia, la domanda di partenza si trasforma in un vero e proprio enigma. Per quale motivo l'economia si dimostra in tutto il mondo comunque più forte? Perché essa è in grado di imporre la sua logica sistemica anche nel regno del simbolico? Di nuovo, dunque: perché i prodotti simbolici assumono il carattere di merce? Dal momento che non ho una risposta diretta a questa domanda e che mi interessa innanzi tutto esporre e circoscrivere la questione, vorrei proporre una molteplicità di risposte provvisorie, piuttosto che un'unica risposta stringente.

6. *Canale di ritorno.*

La prima risposta riguarda la reciprocità di entrambe le reti. Quando i prodotti mediatici assumono la forma di merci e, per esempio, si scambiano testi in cambio di denaro, quest'ultimo – pur essendo esso stesso un segno – ricade nella sfera economica. Lo scambio significa, quindi, che il piano dell'economico interagisce in maniera descrivibile con quello del simbolico.

Suggerisco di trattare il flusso del denaro come un *canale di ritorno*¹². Quando Brecht e Enzensberger, per esempio, lamentano il fatto che i mass-media (per lo meno quelli classici) operano in modo *monologico*¹³, diventa in realtà chiaro che i media monologici non sono poi così monologici: non escludono affatto una risposta, piuttosto la esigono in modo definitivo – con la particolarità che, appunto, la risposta deve darsi attraverso il canale del denaro.

Ciò significa che l'architettura della rete procede su due piani: il canale di andata e quello di ritorno sono sistematicamente separati, la logica del sistema si muove avanti e indietro su entrambi i piani e in questo movimento (che

¹² «Sfere pubbliche mediatiche. Chi sia, in esse, il mittente, chi il messaggio e chi il ricevente, spesso non è più determinabile. I rapporti di potere sociali divengono più complessi e nebulosi, *perché* – tra gli altri motivi – *la comunicazione corre attraverso canali di feedback*. La politica deve rivolgersi ai cittadini in modo sempre più deciso per mezzo dei media, i media devono vendersi all'utilizzatore ultimo, l'utilizzatore ultimo vota i politici e i programmi. La storia sembra dissolversi in questi canali» (A. Orzessek, *Einleitung. Öffentliche Zerstreuung als demokratische Tugend*, in *Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemein-sinns*, a cura di J. Fohrmann, München 2002, p. 8).

¹³ I tesi sono noti: B. Brecht, *Teoria della radio*, in Id., *Scritti sulla letteratura e sull'arte*, a cura di C. Cases, Torino, Einaudi, 1973; H. M. Enzensberger, *Elementi per una teoria dei media*, in Id., *Palaver. Considerazioni politiche*, trad. it. A. Marietti Solmi, Torino, Einaudi, 1976.

sembra quasi rimandare ai punti-sutura della teoria del film francese)¹⁴ processi simbolici ed economia vengono connessi tra loro in modo sistematico.

7. Canale di ritorno desemantizzato.

Ora, il canale del denaro possiede la proprietà di essere *desemantizzato* in un modo specifico – il che è inusuale anche nel campo economico. Questa proprietà è stata sottolineata spesso: il ‘non odorare’ del denaro indica il fatto che esso rinnega la sua provenienza. Il denaro si lascia alle spalle ogni elemento qualitativo e riferito al contesto, guadagno e spesa vengono separati temporalmente; il denaro funge sistematicamente come una macchina decontestualizzante.

In questo senso, Hörisch ad esempio ha parlato della «scandalosa povertà semantica del denaro»¹⁵. Il denaro è la grande livella, che nel cambio eguaglia le cose più diverse: esso appare rispetto ad esse come l’equivalente universale e livella ciò che in esse è differente¹⁶. Se dunque le cose hanno un loro significato, questo ha ben poco a che fare con il loro prezzo: mobili e amore fisico, proprietà terriera o durata della vita – tutto sembra modulato in maniera indistinta e ridicibile a mere quantità.

Questa specifica ‘povertà’ del denaro è la sua particolarità e il suo effetto peculiare. Ma neppure il denaro si potrà trattare in modo completamente desemantizzato: il pagamento di denaro presuppone infatti un consenso diffuso, ed è a questo consenso che i media si appellano preferibilmente. Nel fissare l’indice d’ascolto, il risultato al box office, la posizione nelle classifiche musicali o il fatturato, il canale di ritorno viene esaminato a fondo. Il mercato e la ricerca di mercato qui coincidono e l’economico mostra un potenziale semantico al di là dell’economico.

Questa forma del canale di ritorno non deve in alcun modo soddisfarci sotto il profilo politico. Non deve essere fonte di soddisfazione, quando come medium del riscontro si offre dapprima soltanto il denaro e, al di là del consenso al box office, esso giace nel silenzio della maggioranza silente. L’argomento, inoltre, è vicino all’industria culturale, la quale ha sempre e in

¹⁴ J. P. Oudart, *La suture*, in «Cahiers du Cinéma», n. 211/1969, p. 36 e 39 e n. 212/1969, p. 50 e 55 (trad. it. *Cinema and Suture*, «Screen», XVIII (1977-78), 4, p. 35 e 47. Nella teoria della sutura si tratta della ‘sutura’ dello spettatore rispetto ai significanti filmici, ma anche del taglio convenzionale di campo e controcampo (Cfr. H. Winkler, *Der filmische Raum und der Zuschauer*, Heidelberg 1992, pp. 54-62).

¹⁵ J. Hörisch, *Kopf oder Zahl. Die Poesie des Geldes*, Frankfurt a.M. 1996, p. 66.

¹⁶ Cfr. K. Marx, *Il capitale*, trad. it. di D. Cantimori, Roma, Editori Riuniti, 1994, Libro Primo, Sez. I, Cap. 2.

ogni caso affermato che, attraverso il mercato, il pubblico imporrebbe infine i 'suoi' contenuti e bisogni – e al riguardo vi sono più che ragionevoli dubbi. Qui, però, non è questo che conta.

Quando si tratta della forma-merce dei prodotti mediatici e del potenziale di creazione di rete, e se quest'ultima si dispiega evidentemente *tra* l'ordine simbolico e quello economico, allora la teoria dei media dovrebbe modellare la rete in un modo che non si limiti a relegare semplicemente l'invio [dell'informazione] all'analisi del contenuto e il canale di ritorno all'economia dei media.

8. *Desiderio.*

Il canale di ritorno desematizzato è interessante anche per un secondo motivo. Economia e denaro sono connessi al *desiderio*, infatti, in un modo molto più evidente degli stessi segni. Il denaro è un meccanismo sociale che organizza desideri potenziali, li mette in relazione, li quantifica e li rende reciprocamente confrontabili; dà una forma al desiderio in generale e lo reindirizza insidiosamente a oggetti, che sono essi stessi parte della realtà e perciò sono concretizzabili nella forma del denaro.

L'economia è forse il sistema supremo proprio *perché* resta in connessione con il mondo fisico. Quando Luhmann parla, in proposito, di meccanismi simbiotici¹⁷, commette forse una sottovalutazione: poiché il desiderio non può essere pensato altrimenti che vincolato al corpo e relazionato a esso, le evidenze specifiche corrono qui – forse – anche attraverso il corpo.

I segni presentano il problema di rimandare bensì per via referenziale al mondo, ma questa referenza è possibile soltanto sulla base di un *isolamento* dal mondo. Il piacere disinteressato, che Kant pone al centro della sua definizione di arte, non può valere nella stessa misura per tutti i media e i sistemi segnici: l'agire simulatorio, simbolico e l'agire effettivo sembrano invece separati, e i segni sono segni perché conservano una certa distanza dal mondo.

Ora, se i segni stringono un'alleanza proprio con l'economia, ciò accade forse perché l'economia rappresenta il sistema più costrittivo, in quanto mette in gioco coercizioni che non sono esse stesse di natura simbolica. L'alleanza con l'economia, si potrebbe dire, *sostituisce la referenza*, procura ai segni un secondo, descrivibile riferimento alla realtà – quand'anche indiretto (performativo?) e non collocato nel canale d'invio ma, appunto, in

¹⁷ N. Luhmann, *Einführende Bemerkungen zu einer Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien*, in Id., *Soziologische Aufklärung*, Bd. 2, Opladen 1975, pp. 170-192: 181.

quello di ritorno. Questo è indubbiamente, per quanto mediato, un modello di verità: e tanto inaspettatamente esso compare, quanto appare possibile che l'alleanza ad esso caratteristica abbia qui una parte del suo fondamento.

9. Scarsità, finitezza.

Volendo fare un altro passo sullo stesso tragitto, l'economia è l'amministrazione della ricchezza, ma è soprattutto una macchina della *riduzione e della scarsità*. Ciò che non è scarso, non può diventare oggetto dell'economia: l'economia è l'amministrazione dei beni scarsi. Il denaro esprime questa scarsità in quanto il suo ammontare complessivo è limitato rigidamente e riferito al volume produttivo della società nel suo complesso.

Questa determinazione è importante, perché nel regno dei segni non si danno delimitazioni analoghe: i segni tendono piuttosto ad aumentare rapidamente. Poiché si sceglie preferibilmente un materiale significativo 'leggero', raramente esso è scarso. I segni sono per definizione 'riproduzioni': alla base del loro funzionamento, perciò, vi è il fatto di moltiplicarsi. Il passaggio alla riproduzione tecnica abbatte infine gli ultimi limiti quantitativi.

Allo stesso tempo, tuttavia, anche i segni dipendono dalla scarsità – e questa è, di nuovo, una insidiosa dialettica. La *significanza* sorge là dove, nel flusso dei segni circolanti, si formano delle isole gerarchicamente privilegiate; dove la Bibbia, in quanto libro dei libri, ha monopolizzato per secoli l'universo della scrittura, dove autorità extra-testuali assegnano a determinati testi una posizione d'autorità o alcuni discorsi si raggruppano statisticamente e volontariamente in determinati testi. Ogni canonizzazione è un meccanismo di riduzione artificiale, e i discorsi in generale agiscono come un filtro che, mediante selezione, ripetizione e condensazione, estrae significanza, gerarchia e struttura da superfici segniche insignificanti.

La mia tesi è che l'economia assuma anche qui una funzione precisa. Poiché, per sé presi, i segni non sono scarsi, il denaro interviene a regolare e a prestare senza remore la sua proprietà d'essere scarso. I discorsi hanno trovato delle strade per produrre o favorire significanza *per via economica*. Nel cortometraggio, ad esempio, il 'valore di produzione' (*production value*) esige che il denaro investito si possa osservare nel film stesso, che esso ne incrementi la significanza; e le *hitparade* vengono pubblicate al fine di ottenere, con i successi di vendita, altri successi di vendita. Il risultato è, in entrambi i casi, che la significanza del prodotto aumenta o, più semplicemente, che essa si sposta al centro gerarchico del discorso. Si investe denaro per raggiungere questo effetto in modo mirato. Proprio allo stesso tempo, questo è il suo momento di realismo: il denaro dev'essere raccolto dai molti

che, ciascuno per sé quando non in maniera autonoma, decidono criticamente come spenderlo.

Il denaro appare particolarmente indicato per questo meccanismo. Accumulabile quasi a piacimento, esso presume che anche la significanza si possa accumulare in modo puramente quantitativo. Nella tensione che si produce tra lo stare così delle cose e il loro simultaneo *non* stare così, sorge la tastiera sulla quale suona l'alleanza di segni e economia¹⁸.

10. *Conclusioni.*

Poiché il mio è solo uno schizzo, nessuno si aspetterà una conclusione vincolante. Se la mia riflessione può contribuire in qualcosa al problema della costruzione della rete, è in ciò: nella concezione per cui, nel caso esaminato, non si tratta di una ma di due reti che interagiscono. L'elemento economico, la forma merce, non è esteriore all'elemento simbolico: piuttosto, è possibile identificare dei meccanismi che entrambe le reti hanno strutturalmente in comune, e meccanismi che un sistema, per così dire, presta all'altro.

Le reti del simbolico sembrano servirsi dell'economico per organizzare la loro logica di flusso. Il centralismo delle strutture *one-to-many* e la disparità del desiderio, la monopolizzazione della competenza d'espressione, della scarsità e della significanza convergono in ciò: nel fatto che essi, almeno al livello della socializzazione attuale, si realizzano evidentemente soltanto nell'interazione di entrambi i sistemi.

Viceversa, l'economico espande la sua influenza su terreni che sinora sembravano appartenere a un simbolico sottratto all'economia. Nell'alleanza con la tecnica, che serve sempre all'economico come base operativa (perché sia così, meriterebbe in ogni caso una spiegazione), l'economico per così dire dispiega il simbolico dall'interno di sé e mina l'utopia che il simbolico possa contrapporsi all'elemento da comprendere, come un cristallino specchio della realtà tridimensionale.

E come il trasporto stesso – lemma dell'immaterializzazione – si riscrive nei segni trasportati, così fa pure l'economia. Tutto ciò, mi sembra, lascia ancora molto da pensare alla semiotica, alla scienza dei media e all'economia.

HARTMUT WINKLER
Universität Paderborn, Germany

¹⁸ Chiaramente ci sono, oltre a questo, altri criteri di significanza; nella scienza, nome e fama dell'autore/dell'autrice; nelle sotto-culture, forse, proprio la distanza dal *mainstream* e dal commercio, etc.

AZIMUTH

Philosophical Coordinates in Modern and Contemporary Age

III (2015), nr. 5

Rethinking Exchange

Itineraries through
Economy, Sociology and Philosophy

Ripensare lo scambio

Itinerari tra economia,
sociologia e filosofia

edited by • a cura di

FEDERICA BUONGIORNO - ANTONIO LUCCI



EDIZIONI DI STORIA E LETTERATURA

All essays are subjected to double blind peer-review.

Tutti gli articoli sono sottoposti a doppia *blind peer-review*.

«Azimuth», III (2015), nr. 5

Semiannual review

© 2015 Edizioni di Storia e Letteratura

Direttore responsabile: Giacomo Scarpelli

Cover: Tycho's Wall Quadrant. An engraving of Tycho Brahe in his Uraniborg observatory on the island of Hven, probably from the 1598 printing of his *Astronomiae instauratae mechanica* (detail).

ISSN (paper): 2282-4863

ISBN (paper): 978-88-6372-846-0

ISBN (e-book): 978-88-6372-847-7

Editorial contact: editorial@azimuthjournal.com - www.azimuthjournal.com

Administrative offices:

Edizioni di Storia e Letteratura, via delle Fornaci, 24 – 00165 Roma – Italy

tel. +39.06.39.67.03.07 – fax +39.06.39.67.12.50

e-mail: clienti@storiaeletteratura.it - www.storiaeletteratura.it

Annual subscription 2014 (two issues): € 38,00

For subscriptions and purchases (paper, e-book, single essays) please refer to www.storiaeletteratura.it or write to clienti@storiaeletteratura.it

CONTENTS

Rethinking Exchange Itineraries through Economy, Sociology and Philosophy

<i>Preliminary Notes</i>	9
MARCEL HÉNAFF, <i>Esiste qualcosa come un'economia del dono?</i>	13
ROSA PARISI, <i>Il kula da scambio cerimoniale a dispositivo narrativo: oggetti, doni, parole</i>	29
IRIS DÄRMANN, <i>Teoria sociale del dono, teoria del dono della cultura. L'Essai sur le don di Marcel Mauss</i>	43
ADELINO ZANINI, <i>Lo scambio come figura antropologica. Su Adam Smith</i>	63
FRANCESCO SAVERIO TRINCIA, <i>Il dualismo nel pensiero di Freud. Scambio e sostituzione nella dinamica pulsionale</i>	77
STEVE REDEHEAD, <i>Symbolic Exchange and Jean Baudrillard's Death</i>	95
ANTONIO LUCCI, <i>Jenseits des Austausches. Die Unterbrechung der Austauschordnung als Logische Strategie bei Giorgio Agamben</i>	105
FEDERICA BUONGIORNO, <i>Communication in the Digital Age. Byung-Chul Han's Theory of Power and Information Exchange</i>	119

JOHN SCANZONI, <i>The Gender/Sexuality Marketplace.</i> <i>Evolving Patterns of Social Exchange</i>	139
THOMAS SKOWRONEK, <i>Defizitärer Osten.</i> <i>Economic Othering auf Kunstmärkten</i>	157
HARTMUT WINKLER, <i>Cambiare, scambiare, comunicare.</i> <i>La costruzione della Rete tra economia e media</i>	175
<i>Appendice</i>	
JOSIAS LUDWIG GOSCH, <i>Dei vantaggi della circolazione delle idee</i> <i>in generale</i>	185

ABSTRACTS	207

RETHINKING EXCHANGE
ITINERARIES THROUGH ECONOMY,
SOCIOLOGY AND PHILOSOPHY

edited by Federica Buongiorno – Antonio Lucci