

Europäische Kommunikationskulturen Summer School

*Dalle lettere manoscritte della Prima Modernità ai social network dell'era digitale:
self-fashioning e comunicazione culturale attraverso i secoli*

Dai carteggi della Prima modernità alle piattaforme digitali del XXI secolo, la comunicazione è un atto di *performance* (Butler, 1990, 2004; Mackenzie, 2012), un esercizio di posizionamento nel campo discorsivo e sociale (Foucault, 1969), un gesto di visibilità e di influenza. Se a partire dal Settecento e durante tutta la Prima età moderna la lettera si configura come strumento di *self-fashioning*, di comunicazione e di mediazione culturale, nell'era digitale una funzione analoga è svolta da e-mail, messaggi istantanei e social network, intesi come nuovi spazi per la rappresentazione del sé, per la creazione di reti sociali e per la circolazione culturale. Cambiano i supporti e le forme discorsive, ma le necessità, le finalità e le strategie comunicative rimangono sostanzialmente invariate: dalla gestione dell'immagine alla negoziazione della reputazione, dalla (ri)definizione identitaria al consolidamento di capitale simbolico (Bourdieu, 1994), dalla costituzione di reti sociali alla modulazione dei contenuti in funzione del destinatario, fino alla diffusione di informazioni, le dinamiche proprie della scrittura epistolare dei secoli passati trovano un naturale corrispettivo nelle dinamiche comunicative contemporanee.

A partire dal Settecento, la lettera si definisce sempre più come tipologia testuale autonoma (Shwarze, 2011) – affermandosi al contempo come genere narrativo – e come mezzo privilegiato della comunicazione pubblica e privata (Marchi, 2011). Prefigurando le odierne forme di *networking*, la pratica epistolare favorisce la costruzione di reti sociali, culturali e diplomatiche, tutte regolate da convenzioni stilistiche e da norme di comportamento condivise. La scrittura epistolare risponde dunque a un'esigenza sociale: consolidare rapporti e, soprattutto, intessere nuovi legami, al fine di ampliare la propria sfera d'influenza pubblica. Gli scambi epistolari possono così essere interpretati come un atto strategico di mediazione in cui il mittente, facendo leva sulle possibili aspettative del destinatario, modella la propria immagine allo scopo di estendere e consolidare la propria rete relazionale.

Dallo spazio intimo della corrispondenza privata (lettere d'amore, familiari, amicali...) alle forme di scrittura destinate alla diffusione pubblica (relazioni di viaggio, dispacci diplomatici, lettere politiche), la prassi epistolare codifica, dal secolo dei Lumi in poi, precise strategie comunicative (Forner, 2022). Gli strumenti retorici sempre più affinati, uniti talvolta alle doti scrittorie del mittente, fanno dell'epistola il mezzo più comune e diffuso per la narrazione di sé e per la definizione della propria immagine nella sfera pubblica (Habermas, 1978). Spazio per eccellenza della riflessione privata, la lettera si rivela dunque, al tempo stesso, quale potente dispositivo di pubblicizzazione, negoziazione identitaria e consolidamento del prestigio personale dello scrivente. I carteggi dei grandi epistolografi del Settecento sono a tal proposito particolarmente significativi: basti pensare ai carteggi di Voltaire, Jean-Jacques Rousseau, Françoise de Graffigny, Goethe, Gaspar Melchor de Jovellanos, Pietro e Alessandro Verri, solo per citarne alcuni.

Accanto alle dinamiche di consolidamento della rete sociale, di costruzione identitaria e di *self-fashioning*, la scrittura epistolare nella Prima modernità assolve un'altra funzione di primaria

importanza: quella di mediazione culturale, su scala europea ed extra-europea. È importante precisare che la diffusione delle conoscenze non risponde tuttavia soltanto a una finalità informativa, ma costituisce altresì a una strategia di affermazione pubblica e di riconoscimento sociale, attraverso cui è possibile consolidare prestigio, influenza e capitale simbolico: la circolazione di informazioni consente infatti di stabilire contatti, rafforzare relazioni interpersonali e inserirsi in reti selezionate di interlocutori, trasformando il sapere e la sua diffusione in una modalità privilegiata di *empowerment* personale e collettivo.

Con il Settecento, dunque, la lettera s'impone come strumento indispensabile per la comunicazione *intra et extra moenia*, tanto che la prassi epistolare codificata durante il secolo dei Lumi rimane pressoché cristallizzata, con qualche minima variante formale, per tutto l'Ottocento fino alla prima metà del XX secolo. È l'avvento delle nuove tecnologie, figlie dello sviluppo industriale del secondo Novecento, a segnare profondamente le forme, i modi e i processi comunicativi.

Oggi, le piattaforme informatiche (da X a Instagram, da LinkedIn a TikTok) rispondono ad alcune delle esigenze che stavano alla base dell'epistolografia d'Antico Regime: costruire (o consolidare) reti sociali, controllare la propria immagine pubblica e diffondere conoscenze su larga scala.

Come accadeva in passato, anche nell'era digitale la comunicazione è fondamentale per esercitare la propria influenza sulla sfera pubblica e si configura come pratica relazionale, in cui la rappresentazione del sé è strumento di legittimazione identitaria e connessione sociale. Influencer e professionisti della comunicazione curano contenuti, tempistiche e modalità di comunicazione, diffusione e pubblicazione con la stessa attenzione con cui, un tempo, Voltaire, Francesco Algarotti o la marchesa de Sévigné calibravano tono e registro delle loro lettere. *Thread*, *post* e *newsletter* sono oggi strumenti di *personal branding* e di *networking*, e i profili social incarnano ciò che Danah Boyd definisce *networked self* (2010): forme di autorappresentazione interattiva che riprendono, in chiave tecnologica, le strategie di costruzione identitaria proprie delle lettere pubbliche e private dei secoli passati. Le piattaforme digitali non sono dunque semplici mezzi di condivisione di contenuti, ma spazi di *self-fashioning* e di negoziazione del prestigio personale, dove l'uso strategico dello spazio informatico (bacheca, *post*, *story*...) diventa una risorsa di (ri)posizionamento simbolico e relazionale, finalizzata ad accrescere la propria visibilità, ad ampliare la propria rete di contatti e rafforzare le proprie credibilità e autorevolezza pubbliche.

Come la lettera nella Prima modernità svolgeva un ruolo fondamentale di mediazione culturale dentro e fuori i confini dell'Europa, così le piattaforme social e gli strumenti digitali (*newsletter* e *thread*, *post*, *blog* e *forum*) permettono oggi di diffondere idee, informazioni e riflessioni, creando ampie reti di discussione, di confronto e di scambio internazionale.

La prima *Europäische Kommunikationskulturen Summer School* offre a studenti di Master e dottorandi l'opportunità di esplorare l'evoluzione delle pratiche comunicative dalla Prima modernità all'epoca contemporanea, attraverso un approccio comparativo e interdisciplinare. Il confronto tra la scrittura epistolare d'Antico Regime e le attuali forme di comunicazione digitale consentirà di interrogarsi sull'evoluzione delle pratiche comunicative attraverso i secoli, individuando una continuità in termini di finalità e strategia.

Il programma combina seminari, tavole rotonde, laboratori e workshop in cui i partecipanti potranno ampliare le proprie conoscenze e acquisire strumenti e metodologie di ricerca in diverse aree disciplinari, seguendo un percorso teorico e pratico: dalla paleografia alla storiografia letteraria, dalle scienze della comunicazione alla sociologia dei media, dall'*editing* e alle *digital humanities*. Con il coinvolgimento di docenti universitari e ricercatori internazionali, ai partecipanti sarà offerta la possibilità di:

- esplorare le strategie comunicative dell'Età moderna e contemporanea, con particolare attenzione all'epistolografia del Settecento;
- conoscere e interrogare i materiali di archivio (manoscritti, cataloghi bibliotecari...) e i testi a stampa delle principali letterature europee della Prima modernità;
- riflettere sugli usi degli spazi di comunicazione digitale (dai social network alle newsletter e ai blog specialistici), rilevando continuità e trasformazioni rispetto ai modelli storici nell'ambito del *self-fashioning* e della mediazione culturale;
- sperimentare il campo delle *digital humanities* e dell'*editing* digitale, attraverso laboratori di digitalizzazione, gestione di metadati e progettazione di archivi digitali nell'era della KI.

Modalità di partecipazione

Le Università di Augsburg e di Verona, con la partecipazione del Deutscher Romanistik Verband, mettono a disposizione un finanziamento per 20 partecipanti comprensivo di alloggio, pause caffè e cocktail di benvenuto.

Per partecipare alla selezione, gli studenti e i dottorandi interessati dovranno spedire all'indirizzo ekk.summerschool@philhist.uni-augsburg.de, entro venerdì 29 maggio 2026:

- un CV accademico;
- una lettera motivazionale (in italiano, francese, spagnolo, o tedesco) di massimo 500 caratteri spazi inclusi.

I risultati della selezione saranno comunicati ai proponenti entro venerdì 12 giugno 2026.

Coloro i quali non potranno usufruire della borsa di studio, saranno comunque liberi di partecipare facendosi carico delle spese di vitto e alloggio.