



Il carattere feticcio delle immagini

Enrico Castelli Gattinara

Immagine 1: l'immagine presenza di un'assenza

Eikon (immagine nel senso di copia, icona) per Platone è l'assenza di una presenza, o la presenza di un'assenza. L'immagine di qualcosa non è il qualcosa e sta al posto di qualcosa: in questo senso l'immagine è la falsificazione della realtà, non è immediatamente la sua verità, per cui il suo valore sarà sempre e solo di secondo livello, mai di primo. Inoltre, come nell'icona religiosa, l'immagine presente rappresenta il divino che pur essendo assente è sempre presente. Il gioco fra presenza e assenza, nell'immagine sacra, è essenziale al rapporto con la divinità, perché è l'assenza a permettere la presenza laddove è la presenza che si rivela nell'assenza grazie alla mediazione dell'immagine.

Nel *Sofista* c'è poi una distinzione importante fra *eikon* e *phantasma* che serve a chiarire il senso che assumerà nella nostra cultura il termine di *eidolon*, che è l'immagine in senso tradizionale e convenzionale. L'ambito del discorso platonico è quello della polemica socratica contro le falsità illusorie della sofistica: il sofista è infatti un imitatore della verità, e i suoi discorsi sono come le immagini pittoriche le quali, come nel ritratto, non sono la verità, ma si limitano a imitarla: proprio questo fanno le immagini linguistiche capaci da far "sembrare" vere le cose dette. Analizzando più in dettaglio l'arte di fabbricare le immagini, Platone distingue l'*eikon* – che è l'arte di copiare da un modello, tentando di riprodurlo per come è – dal *phantasma* – che è invece il simulacro, il frutto dell'arte fantastica. Qui Platone fa chiedere all'interlocutore del dialogo dove sia l'immagine (*eidolon*), se dall'una o dall'altra parte. Il che rappresenta un primo, grave pro-

blema che ha condizionato a lungo la storia dell'arte nella distinzione fra imitazione e invenzione espressiva (astratta). E se s'intende per immagine una specie di secondo oggetto che copia il primo, cosa significa "copiare", e cosa "uguale" o "somigliare"? Che "cosa" è l'*immagine di...*? A cascata, abbiamo tutta la problematica della filosofia della rappresentazione.

Nell'arte dell'imitazione mimetica di cui fa certamente parte l'*eikon* sorge il problema della cosa di cui l'immagine è immagine: non c'è, perché altrimenti non occorrerebbe l'immagine. E' dunque assente. Ma l'immagine la porta alla presenza. Questa presenza si rivela però subito problematica, perché è una presenza per l'assenza, analoga all'impronta di un sigillo sulla cera, che rinvia al sigillo che non c'è (secondo un collegamento proposto nel *Teeteto*). Ma che senso avrebbe un sigillo che non lasciasse impronte? Che senso avrebbe, di conseguenza, una realtà che non suscitasse immagini di sé? Ma la realtà non è la sua immagine, come l'impronta non è il sigillo.

Il senso del sigillo è quello di lasciare un segno, un'impressione (come un'impronta, come la traccia lasciata da un animale, la quale non "è" l'animale, né il suo zoccolo, ma vi rimanda necessariamente). L'immagine intesa come *eikon* può essere intesa come la copia delle cose, oppure il loro sigillo: deve essere come la cosa. L'errore e la falsità nascerebbero sia perché una parte dell'immagine si è cancellata, sia perché l'immagine non appartiene alla cosa (per cui accade come per qualcuno che poggia il suo piede su un'impronta che non ha lasciato lui, e che non gli si adatta).

Le immagini quindi sarebbero talmente vincolate alle cose da metterne in discussione lo statuto di seconda istanza, perché in un certo senso apparterrebbero alla verità stessa delle cose.

Ma non è questo il solo problema che si pone. Si è già accennato alle immagini religiose: in che modo possono ambire a "copiare" il divino? Non certo per l'impossibilità di copiarlo possono essere dette "false" (se non per gli iconoclasti): infatti fanno vivere il gioco che si è detto fra presenza e assenza.

Infine, che ne sarebbe di tutte quelle immagini che non "copiano" nulla, puri segni, astrazioni e fantasie? Merleau-Ponty attribuisce loro il vero senso della visione, quello che le arti mettono in pratica. Prive di associazione, le immagini perdono il riferimento che le irrigidisce in un essere di secondo livello, e diven-

tano la potenza della visione, metamorfosi delle cose che diventano altro da sé.

Immagine 2: il carattere feticcio delle immagini

Come nell'analisi della merce condotta da Marx nel *Capitale*, il carattere feticcio delle immagini (rappresentative) sembra oggi dominare sempre più la scena (appunto!): le immagini hanno perso progressivamente ogni contatto con la loro realtà di riferimento, per diventare sempre più non solo delle merci come le altre, ma soprattutto la forma merce per eccellenza in un presente virtualizzato e feticcistico. Esse sono diventate l'autoesposizione di se stesse, dove il referente diventa sempre più secondario.

Ne è sintomo l'espressione: "È una questione d'immagine".

Quando nel linguaggio espressivo comune si dice che conta più l'immagine che la sostanza, e quando l'efficacia del linguaggio pubblicitario riesce a imporre l'immagine sul prodotto reale, e con più evidenza il marchio rispetto all'oggetto, l'immagine ha vinto la sua millenaria battaglia con la realtà materiale: il valore del marchio prevale sul valore dell'oggetto su cui compare. Nei paesi ricchi è il marchio a rendere oggetto un oggetto. (Benjamin ha scritto: "Gli emblemi ritornano come merci"¹). Fino al punto d'invertire persino il rapporto originario di proprietà che il marchio avrebbe dovuto esprimere. Per una determinata gamma di oggetti, il valore viene determinato dal marchio, che oltre a istituirli come oggetti ne indica la proprietà. Ma la proprietà stessa, l'azienda proprietaria del marchio, entra sempre più in un rapporto oggettivo piuttosto che soggettivo: la "proprietà del marchio" più che gestirlo viene sempre più gestita dall'indipendenza che il marchio stesso, come immagine, assume socialmente. Gli esempi della Nestlé e della Nike sono emblematici da questo punto di vista, quando proprio in virtù della potenza immaginifica, immaginaria e feticcistica del marchio stesso le proprietà sono state costrette a mascherare, se non a ridefinire, i rapporti di produzione e di sfruttamento che avevano stabilito in alcuni paesi asiatici soprattutto relativamente al lavoro minorile o all'imposizione monopolistica di aree di mercato. L'immagine ha imposto le sue scelte d'immagine alla proprietà reale (all'azienda), perché l'immagine stessa dell'azienda ne avrebbe risentito!

Quello che Walter Benjamin nel suo libro su Parigi ha chiamato "il sex-appeal dell'inorganico", riferendosi alla moda, è

diventato il sex-appeal dell'immagine, capace d'integrare in sé tanto l'inorganico quanto l'organico: la forma merce è diventata una forma di vita. Ma la vita è ridotta all'immagine di se stessa. L'immaginario prevale sul vissuto. La società si fa spettacolo, come aveva scritto G. Debord, ma è uno spettacolo di se stesso (spettacolo dello spettacolo). La vita non si distingue dalla morte, né la morte dalla vita: entrambe integrate feticisticamente nell'immagine, si sono liberate da ogni realtà referenziale concreta. Il rapporto fondamentale è invertito. O almeno sembra tale al nuovo protagonista assoluto del consumo: lo spettatore.

Ecco allora che la realtà vale solo se corrisponde alle immagini, non viceversa. Le immagini delle torri gemelle di New York valevano perché immagini analoghe a un qualsiasi film, non perché effettivamente immagini di una realtà di fatto. Che fosse vero ciò che le immagini rappresentavano non era che un valore aggiunto, non un fattore sostanziale (per chi guardava comodamente seduto da qualche parte, naturalmente, non per chi ci stava morendo o stava soccorrendo). Ecco allora il cosiddetto realismo soggiacere al sex-appeal dell'immaginario, e la spirale della violenza esibita trionfare sul pudore della violenza reale fino a cancellarla. Perché la violenza esibita è sempre quella che l'interesse mercantile dominante vuole proporre come tale, come "immagine della violenza", sua rappresentazione eminente (trash, splatter, ecc.). Invece nella realtà persiste e si diffonde una violenza che non ha nulla di immaginifico, nulla di mostrabile, nulla di accattivante, e tutto invece di tremendamente reale. In primo luogo la violenza che le immagini stesse infliggono all'immaginario riducendone la capacità immaginativa.

Immagine 3: autofagia

È ancora possibile non asservire l'immagine a un immaginario conformista e conformizzato (?), pur sapendo che non se ne esce, perché è proprio dell'immagine essere strumento dell'immaginario?

Ci sono immagini che fanno immaginare, e immagini che spengono ogni capacità di immaginazione. Questa distinzione è il prodotto avvelenato del conformismo consumistico. Quando l'immagine è ridotta a strumento dell'immaginario, mera riproduzione di ciò che ci si aspetta da lei (conforme a ciò che si vuole), l'immaginario consuma se stesso come un prodotto, come una merce,

e si avvilita fino a sparire. Allora le immagini dovranno rendersi sempre più appetibili per lui, vale a dire che dovranno soddisfarlo sempre di più, esaltando fino all'esasperazione il suo desiderio e le sue aspettative. Le immagini prodotte dall'immaginario diventano quelle che dispongono l'immaginario al loro consumo: sono le immagini autofaghe. Nessuna innovazione, perché prevale la logica mercantile del consumo delle immagini stesse. E l'immaginario perde la capacità d'immaginare, perché la riempie e la soddisfa con le immagini che si aspetta. I programmi televisivi ispirati al *reality show* ne sono l'apoteosi, perché ormai tutta la realtà viene resa aspettativa soddisfatta.

Quando si percorrono le strade dei paesi cosiddetti civili, o industrialmente avanzati, ciò che colpisce sono le immagini pervasive di ogni spazio dello sguardo. Raramente è possibile guardarsi intorno senza vedere delle immagini fatte apposta per essere guardate. Ma questo sguardo è uno sguardo che consuma in fretta le immagini, le quali dovranno essere cambiate con una frequenza sempre maggiore. La pubblicità cartellonistica funziona su questo principio autofago. L'immagine che dura troppo nel tempo si distrugge. Non riesce più nell'intento di colpire l'immaginario già predisposto. Sono immagini che invecchiano in fretta, quelle pubblicitarie. E non perché le merci cambino, ma perché l'immagine in un certo senso si spegne. Come la fame. Solo che quando la realtà equivale alle immagini, anzi si annulla in esse, perde anch'essa ogni attrattiva. Bulimia immaginifica che cancella il piacere della visione. Il mondo delle immagini virtuali diventa seducente come un mondo a parte, o quello artificiale.

Le immagini si spengono quando perdono la loro essenza immaginifica, che è quella di svegliare e stimolare l'immaginazione. Il che vuol dire che perdono la loro capacità di essere il filtro che media o accentua la realtà: perdono contatto con la realtà che loro stesse sono e che hanno per compito di mascherare (perdono insomma la loro intima doppiezza, e pochi riescono ancora a riconoscerci dentro la mano dell'illustratore). Diventano semplici immagini che non dicono più nulla: hanno stufato, perché hanno perso quella che Benjamin ha chiamato l'aura. Hanno soddisfatto l'immaginario, e ora sono consumate. Ma hanno consumato anche tutta la realtà.

Per fortuna, tutta la realtà intesa come merce. Vi sono ancora, si spera, angoli di mondo dove questo non sia. Non solo fuori dal

mondo della merce; ma anche e soprattutto dentro il mondo stesso delle merci. La realtà che questo stesso mondo è. Ecco il lavoro che alcuni artisti contemporanei si sono proposti di fare: restituire o costruire un'altra realtà possibile per le merci, persino per quella merce speciale che è il denaro. Sostituire al carattere feticcio il feticcio del carattere di merce.

Immagine 4: l'innocenza perduta

Un'immagine non è mai innocente. La fotografia lo ha insegnato con estrema evidenza: proprio lei, che sembrava agli inizi la realizzazione del sogno inconfesso di poter avere (tecnicamente) un'immagine del tutto fedele rispetto a quella che viene convenzionalmente chiamata la realtà. Non è innocente soprattutto per via di ciò che rappresenta, ciò di cui è immagine, e che inevitabilmente gli sfugge. Il "ciò" non appartiene all'immagine, è tutt'altro, e per questa alterità possono sorgere benefici e problemi: da quando esiste la fotografia – poi rinforzata dalle riprese televisive – le immagini scattate si riferiscono sempre a un "ciò" che non gli corrisponde mai veramente. L'esperienza che ne facciamo è sempre molto forte, e molto comune: ogni volta che qualcuno ci vuole fotografare di proposito, e ci si mette davanti o di lato per farlo, noi proviamo una specie di imbarazzo, non sappiamo bene come metterci, siamo presi da una piccola vertigine e non siamo più certi di "come verremo". Assumiamo una posa, e da reali che eravamo diventiamo irreali, innaturali, finti. Ci trasformiamo in immagine, nell'immagine che immaginiamo di noi stessi, o che vorremmo immaginare. E questo non è senza conseguenze.

R. Barthes, in *La camera chiara*, lo ha espresso con sincerità: "Non appena io mi sento guardato dall'obiettivo, tutto cambia: mi metto in atteggiamento di 'posa', mi fabbrico istantaneamente un altro corpo, mi trasformo anticipatamente in immagine. Questa trasformazione è attiva: io sento che la Fotografia crea o mortifica a suo piacimento il mio corpo (apologo di questo potere mortifero: alcuni Comunardi pagarono con la vita l'aver acconsentito a posare sulle barricate: dopo esser stati sopraffatti, essi vennero riconosciuto dai poliziotti di Thiers e furono quasi tutti fucilati). [...] È evidente che la mia esistenza mi è data dal fotografo solo metaforicamente. Ma questa dipendenza ha un bell'essere immaginaria (essa è anzi l'Immaginario puro): io la vivo nell'angoscia di una filiazione incerta: un'immagine – la

mia immagine – sta per nascere: come sarò? Avrò l’aspetto d’un individuo antipatico o quello di un ‘tipo in gamba’?”.

Non siamo più noi stessi. O meglio: non siamo più ciò che eravamo convinti di essere. Vogliamo apparire come ciò che siamo, e improvvisamente non ne siamo più sicuri. Perché la potenza dell’immagine è proprio questa: far apparire qualcosa come la parte di un tutto, senza lasciar trapelare nulla del resto. L’immaginario fa il resto: noi vogliamo apparire come ciò che in effetti non siamo veramente, perché della complessa e mobile realtà che effettivamente siamo noi vorremmo lasciar trapelare solo ciò che riteniamo migliore, anche se i criteri del giudizio da noi stessi formulato non dipendono certo da noi.

L’unica soluzione – quella che l’arte ha percorso a partire dalle avanguardie classiche del primo Novecento – resta quella di liberare l’immagine dal “ciò” cui si riferisce. Vale a dire rendere realtà l’immagine stessa. Ma dopotutto non è quello che è sempre stato?

Immagine 5: il montaggio

Nessuna immagine è pura. Nessuna immagine è innocente. Nessuna immagine è assoluta. Persino quelle che si ritengono le immagini per eccellenza, prodotte dall’arte, sono immagini nella misura in cui portano con sé la propria storia, ne istituiscono un’altra e si lasciano dietro un’indeterminata sequenza di interpretazioni che della storia sono il frutto.

Ogni immagine è una composizione, una festa di cose, un montaggio. La cartolina che spediamo all’amico o al familiare è un montaggio come il prezioso quadro custodito in un museo o il cartellone pubblicitario che ci affligge per le strade.

La grande e inesauribile lezione del cinema sul tema delle immagini è stata proprio quella del montaggio. La televisione ne è poi l’apoteosi. Solo così si è potuto “vedere” all’opera la costruzione delle immagini in quanto immagini: nessuna immagine nasce spontaneamente e interamente composta. Senza il montaggio, nessuna immagine sarebbe possibile.

L’apparenza e l’immediatezza con cui ci si danno le immagini induce a ingannarsi: la fisiologia della visione ci spinge a considerare le immagini come un tutto coeso, un tutt’uno, perché ciò che filogeneticamente ci interessa è l’insieme di fronte al quale dobbiamo reagire; la nostra razionalità fa poi il resto, perché è

abituata a unificare e uniformare, e quindi di fronte a un'immagine noi riteniamo sempre e innanzitutto di essere di fronte a un'unità. Invece ci troviamo sempre di fronte a una composizione montata in un certo modo, ed è proprio il montaggio che ci rivela la storia (le storie) cui l'immagine appartiene e le storie che ci apre davanti.

Il montaggio smonta la ieraticità delle immagini, la loro monoliticità, presentandone le molteplicità interne, i tempi di composizione, le deviazioni integrate, i riferimenti impliciti ed espliciti, le occasioni e le casualità, le correzioni, gli aggiustamenti, le prese di posizione, i tagli e i dettagli. L. Sterne ha montato il suo capolavoro, *La vita e le opere di Tristram Shandy, gentiluomo*, con le digressioni e le deviazioni, anticipando quello che Benjamin ha cercato di fare nei suoi libri su Parigi e su Baudelaire: “Quelle che per gli altri sono delle deviazioni sono per me i dati che definiscono la mia rotta. Io baso i miei calcoli sui differenziali del tempo che per gli altri disturbano le ‘grandi linee’ della ricerca”. E come Sterne, Benjamin scriveva ancora: “Questo lavoro deve sviluppare al massimo grado l'arte di citare senza virgolette. La sua teoria è intimamente connessa a quella del montaggio”, ribadendolo alcune pagine dopo; “Metodo di questo lavoro: montaggio letterario. Non ho nulla da dire. Solo da mostrare”².

Solo che “mostrare” non ha nulla di ostensivo, nulla di immediato, nulla di spontaneo: è un artificio come altri, che si vale del montaggio come essenza della costituzione di ciò che viene mostrato. L'arte del XX secolo ha “mostrato” che mostrare è una cosa tutta da imparare, avendo perduto l'innocenza ostensiva del gesto che indica: nulla si può indicare semplicemente, perché già l'indicazione è un gesto costitutivo.

Indicare è già montare. G. Didi-Huberman parla di una “conoscenza per montaggio”³, conoscenza delicata piena di tesori e di trappole, come sempre avviene con le immagini. Perché il montaggio essendo sempre costruttivo apre innumerevoli imprevedibili prospettive, complessifica il reale, lo arricchisce di ciò che le semplici immagini di per sé non possono dare. Nella prospettiva del montaggio, l'immagine non è tutto, né contiene tutto in sé. Questa dipendenza delle immagini dal montaggio implica la rete del reale, dove ogni cosa non può che essere connessa con altre, e col principio della connessione stessa, e quindi con il tutto cui

appartiene e che lo istituisce, il quale è però inevitabilmente aperto, mai definitivo.

Immagine 6: Benjamin e l'immagine dialettica

Walter Benjamin: “Ciò che separa le immagini dalle “essenze” della fenomenologia è il loro indice storico. (Heidegger cerca invano di salvare la storia per la fenomenologia in modo astratto, attraverso la ‘storicità’). Queste immagini devono essere assolutamente distinte dalle categorie della scienza dello spirito, il cosiddetto *habitus*, lo stile, ecc. L’indice storico delle immagini dice, infatti, non solo che esse appartengono a un’epoca determinata, ma soprattutto che esse giungono a leggibilità solo in un’epoca determinata. E precisamente questo giungere a leggibilità è un determinato punto critico del loro movimento. Ogni presente è determinato da quelle immagini che gli sono sincrone: ogni ora (*Jetzt*) è l’ora (*Jetzt*) di una determinata conoscibilità. In quest’ora la verità è carica di tempo fino a frantumarsi [...] Non è che il passato getti la sua luce sul presente o il presente la sua luce sul passato, ma immagine è ciò in cui quel che è stato si unisce fulmineamente con l’ora (*Jetzt*) in una costellazione. In altre parole: immagine è la dialettica dell’immobilità. Poiché, mentre la relazione del presente con il passato è puramente temporale, continua, la relazione tra ciò che è stato e l’ora (*Jetzt*) è dialettica: non è un decorso ma un’immagine discontinua, a salti. – Solo le immagini dialettiche sono autentiche immagini, cioè non arcaiche.” [...] “Il risveglio [che per Benjamin è il compito attuale del materialismo storico, la comprensione e l’azione storica nel presente dell’ora] è forse la sintesi della tesi della coscienza onirica e dell’antitesi della coscienza desta? Il momento del risveglio sarebbe allora identico all’“ora (*Jetzt*) della conoscibilità” in cui le cose indossano la loro vera – surrealistica – faccia” [...] Nell’immagine dialettica, ciò che è stato in una determinata epoca è sempre, al tempo stesso, “il sempre-già-stato”. Esso però si manifesta di volta in volta come tale solo agli occhi di un’epoca assolutamente determinata: quella in cui l’umanità, stropicciandosi gli occhi, riconosce come tale proprio quest’immagine di sogno. È in quest’attimo che lo storico assume il compito dell’interpretazione del sogno”. [A queste considerazioni Th. W. Adorno ne aggiunge di sue, in una lettera a Benjamin del 3/8/1935]: “Il tentativo di conciliare il suo momento del ‘sogno’ – come momento

del soggettivo nell'immagine dialettica – con la concezione di questo come modello, mi ha spinto ad alcune considerazioni...: estinguendosi nelle cose il valore d'uso, le cose, alienate, sono svuotate e come cifre attirano i significati. La soggettività se ne impadronisce, ponendo in esse un'intenzione di desiderio e di angoscia. Poiché le cose isolate attestano come immagini le intenzioni soggettive, queste si presentano come ataviche ed eterne. Le immagini dialettiche sono costellazioni tra le cose alienate e l'avvento del significato, trattenute nell'istante dell'indifferenza tra morte e significato. Mentre nell'apparenza le cose sono destinate al nuovo, la morte muta i significati in ciò che è più remoto". [Benjamin aggiunge]: "A proposito di queste riflessioni va tenuto presente che nel XIX secolo il numero delle cose 'svuotate' aumenta con una misura ed un ritmo prima sconosciuti, poiché il progresso tecnico pone continuamente fuori corso dei nuovi oggetti d'uso"⁴.

Oggi queste osservazioni valgono anche per le immagini stesse, solo che il rapporto si è complicato e, quanto agli oggetti d'uso, si è persino invertito: la cosa svuotata non è alla fine del suo uso, ma al suo inizio; vale più come immagine (status symbol, moda) che come cosa, e solo "poi" diventa semplicemente una cosa utile, e in quanto tale consumata, o persino inutilmente utile, e quindi da buttare persino quando il suo uso sarebbe ancora possibile (quando al valore d'uso e al valore di scambio si aggiunge il valore d'immagine di una merce).

Immagine 7: illustrazioni?

R. Barthes ha scritto, introducendo il suo libro *L'impero dei segni*, dedicato al Giappone: "Il testo non 'commenta' le immagini. Le immagini non 'illustrano' il testo: ciascuna è stata per me soltanto il punto di partenza di una specie di vacillamento visuale". Cosa succede con le immagini che vengono usate per illustrare un testo? Per esempio le immagini che vengono pubblicate sulla maggior parte delle riviste o dei giornali quotidiani servono a illustrare gli articoli, a "far vedere" ciò di cui si parla. Eppure spesso – sempre più spesso – certe immagini prendono il sopravvento sul testo, lo oltrepassano, lo schiacciano. Dicono altro, rispetto al testo. E la scrittura diventa ancella dell'immagine, gli fa da cornice, da supporto, da didascalia. Quando non accade invece che fra la scrittura e l'immagine si crei una frattura che si

percepisce a malapena, ma che c'è: una specie di contraddizione, di estraneità, di incoerenza fra ciò che vediamo e ciò che leggiamo, malgrado la buona volontà e gli sforzi del giornalista.

Fino a qualche decennio fa i giornali quotidiani erano privi di immagini e la scrittura occupava tutto lo spazio. Poi è cominciata "l'illustrazione", grazie a una sorta di accelerato percorso a ritroso rispetto a quanto era avvenuto nel nostro medioevo cristiano e nel Rinascimento, quando palazzi ed edifici di culto di erano riempiti di immagini volte a educare e insegnare le storie sacre o profane. C'è stata una specie di infantilizzazione della comunicazione giornalistica e cronachistica, basata sull'assunto più che legittimo che spesso è assai più piacevole guardare le figure che leggere il contenuto. Perché la visione è assai più immediata della lettura. Eppure questo connubio fra scrittura e immagini, molto antico in realtà, non è mai riuscito a confondere bene le due cose: resta sempre inevitabilmente uno scarto, ora più aspro, ora più tenue, fra ciò che si vede e ciò che si legge. Sembra che ci sia coerenza, che ci sia accordo e armonia fra le due: il commento, la didascalia, l'illustrazione... e invece c'è una lotta acerrima e insolubile che porta sempre ora dall'una ora dall'altra parte. O vince l'immagine, o vince il testo.

Le esperienze futuriste e dadaiste di rendere immagine la scrittura sono state certamente interessanti, ma non hanno portato a grandi risultati se non in campo grafico-pubblicitario, dove l'immagine ha definitivamente vinto sul testo.

È per questo che resta sempre un lieve disagio, che alcuni percepiscono più degli altri, quando si sfogliano i reportages, o le riviste di geografia e di natura, o ancora i giornali: l'immagine ci attrae, ci coinvolge, dice qualcosa, nasconde altre cose, non si attiene alle parole che l'accompagnano o l'incorniciano, si prende il suo tempo, ci lascia soddisfatti e insoddisfatti allo stesso tempo, ci invita a leggere quasi promettendo che lì troveremo ciò che non riusciamo ad afferrare... e invece ogni volta restiamo sorpresi e spostati, perché quello che leggiamo non gli corrisponde completamente. La descrizione di un luogo non corrisponde alla sua immagine, il racconto di un fatto non ci dice tutto quello che la foto ci mostra, o dice altro, e la funzione illustrativa si perde in un sovrappiù che apre una crepa nella nostra comprensione.

Forse le immagini e i testi dovrebbero imparare a rispettarsi di

più, mantenendo la loro distanza reciproca, eliminando le didascalie e le illustrazioni, i commenti e le raffigurazioni. Lasciare la crepa aprirsi e correre dal visibile all'invisibile, dal dicibile all'indicibile.

Immagine 8: bucare.

Lucio Fontana ha scritto che la *Linea* di Manzoni era pura filosofia, che era un'idea perfetta che nessun filosofo suo contemporaneo avrebbe potuto eguagliare. Eppure Fontana ha preso questa linea e l'ha sfondata. Ha preso anche i punti – che sono anch'essi delle idee filosofiche, oltre che delle entità matematiche – e li ha sfondati. I tagli di Fontana, o i buchi fatti col punteruolo, aprono la linea in due labbra unite ai vertici: sono una sola linea in due parti, dove ciò che conta è il vuoto al centro. L'apertura. I tagli di Fontana sono immagini dell'apertura, aperture che si lasciano guardare. Sono qualcosa di più che un'idea.

Merleau-Ponty ha scritto che “occorre perforare la pelle delle cose per vedere come le cose si fanno cose e il mondo mondo”⁵. È tutto il mondo abituale delle rappresentazioni che rientra in gioco e non sta più semplicemente davanti a noi. La visione del pittore, spiega Merleau-Ponty, non è più uno sguardo su un “fuori” rappresentante il mondo esterno: l'involucro confortante delle cose viene lacerato dalla visione per immagini, per cui l'opera, il quadro di un pittore per esempio, non si rapporta a nulla di empiricamente dato, ma è innanzitutto “autofigurativo”. In questa sua autofigurazione, l'immagine parla di se stessa come di una realtà che non può essere confusa con la realtà delle cose empiriche. Tutta la storia dell'arte figurativa e non ha avuto questa valenza e questo potere. Persino le immagini più rappresentative della cosiddetta realtà esterna sono riuscite a imporsi nella loro autonomia: altrimenti non esisterebbe non solo la critica d'arte, ma neppure la storia dell'arte. E la storia dell'arte è la manifestazione del fatto che le immagini sopravvivono di gran lunga alla realtà che dovrebbero rappresentare.

Tutte le immagini? Ovviamente no. Perché per perforare la pelle delle cose, per aprirne l'involucro protettivo, occorre che l'immagine nella sua autonomia non sia sola, non sia pura immagine, non ambisca all'assoluto della propria (spesso presunta) espressività: deve essere anche filosofia, deve essere politica, deve essere psicologia e sociologia, antropologia e geografia, sto-

ria e linguaggio, dentro e fuori, spazio e tempo. Oggi sappiamo che deve essere anche immagine. Montaggio.

In termini semplici, si chiama contestualizzazione. Per superare l'apparenza tramite l'apparenza Fontana ha bucato e tagliato le tele, mettendo in relazione il dentro e il fuori, contestualizzando lo spazio della tela con lo spazio circostante.

Molti artisti del Novecento, soprattutto alla fine del secolo (ma non solo), hanno utilizzato le immagini con lo stesso scopo, facendo delle immagini il materiale di base per le loro immagini, riusando e citando, incollando e trasformando, rielaborando e cancellando, consumando e contaminando. Non si tratta di far dire qualcosa alle immagini, ma di inserire anche le immagini nel dire, il quale è un dire complesso e stratificato che corre in tutte le direzioni. L'immagine artistica, l'immagine quotidiana, l'immagine comune, l'immagine sacra, l'immagine astratta... tutte insomma le immagini possibili, che sono senza fine come le cose, nelle loro differenze specifiche non hanno differenze di valore. Questa è una delle lezioni dell'arte contemporanea, che non teme di mescolare e rimescolare i diversi piani della realtà, dell'immaginazione, della visionarietà.

Esemplare, in proposito, è una considerazione di S.Sontag: "Quando il miliziano che cade di Capa apparve su *Life* accanto alla pubblicità della Vitalis, c'era un'enorme e incolmabile differenza tra i due generi di fotografia, quello 'editoriale' e quello 'pubblicitario'. Ora non è più così"⁶. Ora le differenze corrono altrove, anche se spesso non si vuol (far) sapere dove.

Immagine 9: anacronismi

L'immagine spesso ci mette di fronte a temporalità discordanti, un nodo di tempi che sono inestricabili, e che se venisse sciolto dissiperebbe immediatamente anche l'immagine stessa. Ma l'immagine stessa non è mai tutta l'immagine. Ciò che noi vediamo, ciò che noi consideriamo un'immagine, non è che un ritaglio della realtà che l'immagine in quel momento rappresenta per noi. Come scriveva Benjamin, l'immagine è una costellazione di presente e passato nell'attimo in cui viene attualizzata, ora, per noi che siamo storicamente determinati: per questo di un'immagine noi ritagliamo solo ciò che ora ci interessa, tralasciando ciò che ancora virtualmente contiene (e che sarà colto magari in un ipo-

tetico futuro, che riuscirà a “vedere” altre cose, come la storia della critica d’arte non smette di dimostrarci).

Fra i molti esempi che si possono fare in proposito, vale il caso di 4 pannelli dipinti dal Beato Angelico a Firenze nel convento di San Marco su cui G. Didi-Huberman ha attirato da tempo l’attenzione. Si tratta di pannelli che si trovano sotto l’affresco di una sacra conversazione detta *La madonna delle ombre* e che in qualche modo la “sostengono”. Non hanno alcuna intenzione figurativa, ma semplicemente decorativa. Almeno così si è pensato per secoli e per questo non compaiono mai nelle riproduzioni delle opere del pittore, ma vengono tagliati fuori. Su di essi ci sono solo colori. I pannelli sono una specie di finti marmi, trompe l’oeuil, riquadri coloristici che non “rappresentano” nulla, su cui non ci sono né figure, né scene di alcun tipo. Eseguiti con la tecnica dell’affresco, sono riquadri monocromi incorniciati e picchiettati di macchioline bianche gettate a caso e che si sono disposte erraticamente sulla superficie. Con ogni evidenza le macchie sono state prodotte dallo schizzo che il pittore ha fatto col pennello sul riquadro, così da generare l’effetto casuale. È a questo punto, scrive Didi-Huberman⁷, che possiamo far cortocircuitare i tempi del passato e del presente, e leggere il pannello dell’Angelico alla luce dei dripping di Jackson Pollock. Il pannello, che per secoli è stato del tutto ignorato dalla storia e dalla critica d’arte, improvvisamente diventa oggi significativo grazie all’opera di un artista che non avrebbe avuto apparentemente nulla a che fare col Beato Angelico. L’immagine, ignorata e spesso neppure “vista”, malgrado la sua effettiva presenza visiva, può diventare immagine solo dopo Pollock, o solo grazie a Didi-Huberman: “Davanti a un’immagine – per quanto antica essa sia – il presente non smette mai di riconfigurarsi, sempre che la depossessione dello sguardo non abbia completamente ceduto il posto all’abitudine infatuata dello ‘specialista’. Davanti a un’immagine – per quanto recente o contemporanea essa sia – il passato non smette mai di riconfigurarsi, poiché questa immagine diventa pensabile solo in una costruzione della memoria”⁸.

Realtà 0

“L’idea [...] secondo cui la nostra capacità di reagire alle esperienze con immediatezza emotiva e pertinenza etica verrebbe indebolita dall’inesorabile diffusione di immagini volgari e

agghiaccianti – potrebbe essere definita la critica conservatrice della diffusione di queste immagini. Definisco conservatrice questa tesi perché essa si limita a denunciare l'erosione del *sensò* della realtà, non della realtà stessa, che continua ad esistere al di là dei tentativi di indebolirne l'autorità [...]. Nella versione più radicale – e cinica – di tale critica, non c'è più nulla da difendere: le enormi fauci della modernità hanno masticato la realtà per poi risputarla in forma di immagini. Secondo un'analisi da molti condivisa, viviamo in una 'società dello spettacolo'. Qualunque situazione deve essere trasformata in spettacolo per divenire reale – vale a dire interessante – ai nostri occhi. Gli individui stessi aspirano a diventare immagini: celebrità. La realtà ha abdicato. Ci sono solo rappresentazioni: media.

Bella retorica, questa. [...] Si dice comunemente che la guerra, come qualunque altra cosa che sembra reale, sia *médiatique*. Fu questa la diagnosi formulata da vari illustri francesi, tra cui André Glucksmann, dopo una visita lampo a Sarajevo: a sentir loro, l'esito della guerra non sarebbe stato determinato da ciò che accadeva a Sarajevo, o in Bosnia, ma da quello che accadeva nei media. Si sostiene spesso che l'"Occidente" è ormai giunto a considerare anche la guerra alla stregua di uno spettacolo. [...]

Parlare di una realtà diventata spettacolo è di un provincialismo che lascia senza fiato. Equivale infatti a universalizzare il modo di pensare di una piccola popolazione istruita che vive nei paesi ricchi del mondo, dove l'informazione è stata tramutata in intrattenimento [...]. Tale idea presume che tutti siano spettatori. E implica, in modo perverso e poco serio, che al mondo non ci sia reale sofferenza.”⁹

Ci sono situazioni in cui le immagini *possono* far capire e sentire la sofferenza reale, e ci sono situazioni in cui la *vogliono* mascherare o travisare. La realtà non potrà mai diventare spettacolo, perché lo spettacolo è una parte della realtà. Ciò non toglie, ovviamente, che una parte della realtà (lo spettacolo) voglia o pretenda ridurre a sé tutto il resto.

Note

¹ W. Benjamin, “Parco centrale”, in *Angelus novus*, tr. it. Einaudi, Torino, 1981, p. 141.

² W. Benjamin, *Parigi, capitale del XIX secolo*, tr. it. Einaudi, Torino, 1986, pp. 591-595.

³ G. Didi-Huberman, *Images malgré tout*, Minuit, Paris, 2003, p. 152.

⁴ W. Benjamin, *Parigi, capitale del XIX secolo*, pp. 599, 604.

⁵ M. Merleau-Ponty, *L'oeil et l'esprit*, Gallimard, Paris, 1969, p. 69.

⁶ S. Sontag, *Di fronte al dolore degli altri*, tr. it. Mondadori, Milano, 2003, p. 104.

⁷ G. Didi-Huberman, *Beato Angelico. Figure del dissimile*, tr. it. Abscondita, Milano, 2009.

⁸ G. Didi-Huberman, *Devant le temps*, Minuit, Paris, 2000, p. 10.

⁹ S. Sontag, op. cit. p. 94-96.