



# L'inconscio

Rivista Italiana di Filosofia e Psicoanalisi

# l'inconscio estetico

ISSN 2499-8729

Chiara Agagiù  
Lucilla Albano  
Daniela Angelucci  
Nicola Copetti  
Claudio D'Aurizio  
Guy-Félix Duportail  
Giulio Forleo  
Giulia Guadagni  
Federico Leoni  
Chiara Mangiarotti  
Caterina Marino  
Fernando Muraca  
Fabio Domenico Palumbo  
Jacques Rancière  
Grazia Ripepi  
Rosamaria Salvatore  
Valentina Sirangelo  
Giovambattista Vaccaro

UNIVERSITÀ  
DELLA CALABRIA

**L'inconscio. Rivista Italiana di Filosofia e Psicoanalisi**  
**N. 3 - L'inconscio estetico**  
**Giugno 2017**

Rivista pubblicata dal  
"Centro di Ricerca Filosofia e Psicoanalisi"  
dell'Università della Calabria  
Ponte Pietro Bucci, cubo 28B, II piano -  
87036 Arcavacata di Rende (Cosenza)

ISSN 2499-8729

# **L'inconscio. Rivista Italiana di Filosofia e Psicoanalisi**

**N. 3 - L'inconscio estetico**

**Giugno 2017**

## **Direttore**

Fabrizio Palombi

## **Comitato Scientifico**

Felice Cimatti (Presidente)

Charles Alunni, Sidi Askofaré, Pietro Bria, Antonio Di Ciaccia, Alessandra Ginzburg, Burt Hopkins, Alberto Luchetti, Rosa Maria Salvatore, Maria Teresa Maiocchi, Bruno Moroncini, Mimmo Pesare, Rocco Ronchi, Francesco Saverio Trincia, Nicla Vassallo, Olga Vishnyakova

## **Caporedattrice**

Deborah De Rosa

## **Redazione**

Lucilla Albano, Filippo Corigliano, Claudio D'Aurizio, Giusy Gallo, Giulia Guadagni, Micaela Latini, Ivan Rotella, Emiliano Sfara

## **Segreteria di Redazione**

Francesco Maria Bassano, Adriano Bertollini, Yuri Di Liberto, Silvia Prearo

*I contributi presenti nella rivista sono stati sottoposti a double blind peer review.*



# Indice

## *Editoriale*

*La contemporaneità tra inconscio estetico ed estetica dell'inconscio*

Fabrizio Palombi.....p. 7

## **L'inconscio estetico**

*L'inconscient esthétique: une interview à Jacques Rancière*

Fabrizio Palombi.....p. 18

*“The Unconscious is structured as Yugoslavia”: appunti sulle intersezioni filosofiche, artistiche e politiche nella Slovenia pre-indipendente*

Chiara Agagiù.....p. 28

*Il corpo Unheimlich di Almodovar*

Lucilla Albano.....p. 34

*Tra la mano e il metallo. Freud, Benjamin e l'inconscio ottico*

Daniela Angelucci.....p. 47

*Il cinema parla la lingua del corpo*

Chiara Mangiarotti.....p. 58

*L'inconscio potere delle immagini digitali*

Fernando Muraca.....p. 67

*Risvolti inconsci. Arte e psicoanalisi nell'opera di Hermann Hesse*

Grazia Ripepi.....p. 85

*L'inconscio e lo sguardo nell'epoca della trasparenza*

Rosamaria Salvatore .....p. 96

*Mito e alchimia. Il gioco dello smeraldo di Ioan Petru Culianu*

Valentina Sirangelo.....p. 106

*Inconscio, arte e utopia. Da Marcuse a Baudrillard*

Giovambattista Vaccaro.....p. 121

## **Inconsci**

<i>Lacan et L'Anti-Œdipe, une tentative de rapprochement</i> Nicola Copetti.....	p. 140
<i>Kant et Eichmann, fascisme et bonne volonté de jouissance</i> Guy-Félix Duportail.....	p. 148
<i>La Cosa, le cose, gli oggetti.</i> <i>Riflessioni critiche intorno allo statuto freudiano di «das Ding»</i> Giulio Forleo.....	p. 165
<i>Anti-Oedipus and Lacan. The question about the Real</i> Giulia Guadagni.....	p. 179
<i>Edipo e gli insetti</i> Federico Leoni.....	p. 191
<i>La Alice di Deleuze: estetica dei simulacri e logica dei paradossi</i> Fabio Domenico Palumbo.....	p. 200

## **Recensioni**

Rancière, J. (2001), <i>L'inconscio estetico</i> , tr. it., Mimesis, Milano-Udine 2016. Claudio D'Aurizio.....	p. 226
Ciaramelli, F. (2017), <i>Il dilemma di Antigone</i> , Giappichelli, Torino. Giulia Guadagni.....	p. 231
Žižek, S. (1997), <i>Che cos'è l'immaginario</i> , tr. it., il Saggiatore, Milano 2016. Caterina Marino .....	p. 236

<b>Notizie biobibliografiche degli autori.....</b>	<b>p. 241</b>
--	---------------

# L'inconscio potere delle immagini digitali.

Fernando Muraca

## 1. Introduzione

È particolarmente degna di nota la complessità spaventosa dei processi conoscitivi che sono necessari perché abbia luogo un'adeguata percezione. [...] Quanto si riceve non è un valore assoluto, bensì relativo.

(Arnheim, 1969, p. 49).

Già nel 1969 Arnheim aveva chiara la valenza dell'immagine vista in relazione alle dinamiche percettive. Lo sviluppo dei potenziali tecnologici offerti dall'elettronica, pongono nuovi quesiti in relazione alle possibilità conoscitive che il ricevente può esprimere durante la loro fruizione.

Le variabili luminose e di contrasto cromatico hanno costretto i produttori di apparecchi di registrazione e riproduzione d'immagini elettroniche a creare degli standard sui quali non c'è stato alcun vero dibattito. In pochi si pongono il problema di quanto essi influiscano sulla conoscenza e sul modo di percepire la realtà che ci circonda:

Senza dubbio, qualsiasi teoria deve ammettere che originariamente l'organismo riceva un'informazione completa circa le variazioni contestuali degli stimoli [ad es. luminosità, contrasto...], dato che quanto viene ricevuto non può essere sottoposto ad alcun processo; ma secondo i manuali di psicologia tale informazione, pur tanto ricca, viene il più possibile annullata e ignorata nell'esperienza conscia, nell'interesse di un mondo stabile popolato da oggetti stabili (*ivi*, p. 52).

Da ciò si può supporre che il mondo visto attraverso l'immagine elettronica, regina nella comunicazione di massa dei nostri giorni, acquisisce sempre di più nel tempo valore di verità per l'annullamento di quelle variabili nell'esperienza conscia e della loro ignorata potenza induttiva. Ma chi ha stabilito quello che gli occhi delle masse (nelle quali siamo tutti compresi) devono intendere come plausibilmente vicino al

vero? Con quali criteri e, soprattutto, con quali conseguenze sulla cultura e sull'estetica in senso lato?

Domande come queste non si pongono solo sugli oggetti a cui noi attribuiamo via via valore di verità: «la domanda non è più cosa si modifica nell'immagine sottoposta allo sguardo, ma come si modifica l'occhio, cioè le persone, nella convulsione e modificazione continua dell'immagine» (Esposito, 2009, p. 9).

Da cosa è costituito il mondo percettivo in cui siamo immersi? Come sta cambiando il nostro immaginario e la cultura che ci circonda a causa delle immagini digitali? Come tutto questo agisce a livello inconscio su di noi? Il mondo che ci circonda si sta digitalizzando e questo significherà certamente qualcosa:

Gli ambienti in cui trascorriamo la nostra esistenza quotidiana subiranno una radicale trasformazione. In un futuro assai prossimo essi diverranno sede di un flusso di comunicazione "totale" e ininterrotta da parte di enti che in qualche modo hanno interesse a catturare la nostra attenzione. Ci troveremo cioè immersi in un *continuum* di superfici e di oggetti luminosi che, attraverso effetti suggestivi e illusori, oltre a suoni e parole suadenti, coinvolgeranno i nostri sensi in una sorta di dialogo incessante (Tirelli, 2009, p. 11).

Mentre le neuroscienze ottengono nuovi risultati nella determinazione dei meccanismi percettivi dell'uomo, i loro studi vengono fagocitati dai pubblicitari e dagli uomini di marketing. Meno attenzione da parte dei filosofi esiste verso l'immagine digitale, le sue potenzialità, il suo potere di influire sull'inconscio delle persone e sulle problematiche estetico-culturali che essa solleva.

Alcune domande sulle immagini però sono state avanzate. Italo Calvino in un suo racconto analizza quello che succede alla gente comune una volta che si fece strada la fotografia di massa: «Solo quando hanno le foto sotto gli occhi sembrano prendere tangibile possesso della giornata trascorsa, solo allora quel torrente alpino, quella mossa del bambino col secchiello [...] acquistano l'irrevocabilità di ciò che è stato e non può essere più messo in dubbio. Il resto anneghi pure nell'ombra del ricordo» (Calvino, 1970, p. 181)

Esiste una differenza importante introdotta dal digitale. Innanzi tutto quantitativa. La possibilità di scattare fotografie quasi all'infinito senza costi di stampa. Non è necessario porsi la domanda: "ne vale la pena?". Da qui sorgono problematiche nuove rispetto all'archiviazione e alla fruibilità di una mole di informazioni sempre più vasta e difficile da dominare per chiunque. Siamo immersi in un mare sconfinato di immagini, un abisso.



## 2. Che cos'è un'immagine digitale. Aspetti tecnologici e percettivi

Un'immagine può essere definita in modo esemplificativo come un insieme di colori distribuiti in un'area determinata. In modo meno approssimativo possiamo definirla come un insieme di punti di forma e grandezza diversa che emettono una frequenza e una intensità elettromagnetica differente e caratteristica.

Durante i processi di elaborazione e archiviazione digitale l'immagine viene trasformata in forme comprensibili ai sistemi di elaborazione. La logica con cui i computer trattano le immagini si può sintetizzare nella loro riduzione a un sistema di cifre e questo processo viene identificato con il nome di digitalizzazione. Il debito teorico-sperimentale maggiore per lo sviluppo di questo processo si deve a Claude E. Shannon e alla sua relazione finale di laurea *A Symbolic Analysis of Relay and Switching Circuits* (1938).

Ma torniamo al processo di digitalizzazione. Esso si divide in due fasi denominate rispettivamente, campionamento spaziale e quantizzazione cromatica.

La prima fase della digitalizzazione, il campionamento spaziale, consiste nel suddividere le immagini in frazioni denominate *pixel* che hanno la forma di rettangoli. Il numero di *pixel* nei quali viene suddivisa l'immagine determina la risoluzione spaziale. Questo dato finale è molto importante perché da esso dipendono direttamente la qualità dell'immagine e la quantità di memoria necessaria ad archivarla. Più sono piccoli i *pixel* maggiore sarà la possibilità di riprodurre le sfumature di colore dell'immagine reale. La scelta della risoluzione ottimale è quindi frutto del compromesso fra la qualità dell'immagine digitale e la grandezza del meccanismo di archiviazione deciso per la sua memorizzazione.

La seconda fase, la quantizzazione cromatica, attribuisce a ciascuno dei singoli *pixel* un codice numerico che ne definisce il colore medio. Le possibilità di scelta dell'intensità di colore di ciascun *pixel* sono determinanti per il risultato qualitativo dell'immagini. Maggiore saranno le possibilità maggiore sarà la precisione nel rendere il colore voluto. Anche in questo caso la decisione influirà sul quantitativo di memoria necessaria a registrare variazioni sempre più dettagliate dell'intensità del colore per ciascun *pixel*.

Un'immagine digitale è una rappresentazione frutto di molte decisioni discrezionali che ne influenzano in modo indelebile l'essenza stessa, introducendo un metodo interpretativo che è dovuto a scelte più o meno fondate, consapevoli, libere.

Vanno anche considerati i meccanismi con cui le immagini vengono compresse ed elaborate per operare una diminuzione degli spazi necessari alla loro archiviazione. Si tratta di ulteriori interventi "discrezionali" che trasformano ancora più profondamente e in modo indelebile la "rappresentazione" di quel qualcosa di oggettuale che nel reale esse hanno "fotografato".

In conclusione diremo con Lorenzo Esposito che «il *vedere digitale* ha le medesime imperfezioni di un ragazzo adolescente caricato di grandi responsabilità: inciampa, zoppica, sbaglia, dimentica, si distrae, *crede di (non) vedere*» (Esposito, 2009, p. 9).

Guardiamo ora ad alcuni aspetti della percezione umana. L'occhio funziona come un semplice strumento ottico che fornisce informazioni al cervello che è il vero motore della comprensione. Affinché questi segnali assumano significato, devono essere letti secondo regole e conoscenze acquisite. Il vedere quindi non è un dato completamente genetico ma ha a che fare anche con l'apprendimento. Quello che noi vediamo è frutto dell'insieme costituito dalla dotazione genetica e dall'esperienza.

Occorre tenere in considerazione ancora un ultimo aspetto e cioè quello relativo alle emozioni perché anch'esse influiscono in modo non secondario sulla percezione visiva. Per l'analisi che stiamo tentando ci basta considerare che i processi visivi sono più ricchi di sollecitazioni sensoriali delle immagini mentali e che i ricordi sono assai meno ricchi di sensazioni delle percezioni visive<sup>1</sup>. Questo insieme di osservazioni lascia intendere quanto possa essere vasta l'azione inconscia che le immagini esercitano sulla percezione personale e quindi sui comportamenti individuali.

L'uomo smette di vedersi, benché l'immagine lo rifletta di continuo. Un giorno quell'uomo decide di darsi un'immagine, di riportare in vita l'immagine di se stesso. Prende tutte le immagini, le ricopre di carne e le libera per il mondo. Queste si dimostrano a tal punto fameliche, che gli esseri umani originari cominciano una guerra contro se stessi allo specchio. E perdono. O al massimo sopravvivono. Lentamente, nonostante tutti gli sforzi per scongiurarla, l'immagine è già passata. George A. Romero li chiama zombi. Debord lo chiamava spettacolo integrato (*ivi*, p. 24)

### 3. Sofisticazioni del senso

Dall'oggetto all'immagine, vi è indubbiamente una riduzione: di proporzione, di prospettiva, di colore. Ma questa riduzione non è mai una *trasformazione* (nel senso matematico del termine) [...]. Tra questo oggetto e la sua immagine, non è affatto necessario disporre di un collegamento, cioè di un codice; senza dubbio l'immagine non è il reale; ma quantomeno

---

<sup>1</sup> Questo però non è vero sempre. Possiamo arrossire per il ricordo di una situazione imbarazzante.

l'*analogon* perfetto, ed è questa perfezione analogica che, per il senso comune, definisce la fotografia.

(Barthes, 1982, p. 7)

Queste affermazioni di Barthes già contestabili per una sottovalutazione, a mio avviso, dei termini di trasformazione operati dai fatti legati alla proporzione, alla prospettiva e al colore che lui già ammetteva, sono ribaltante nel passaggio dal sistema analogico a quello digitale. Il metodo digitale è fondato intrinsecamente sui codici e i risultati traspositivi e rappresentativi generati dipendono intrinsecamente da essi. Quando noi “rivediamo” una immagine registrata con telecamera vediamo l'oggetto come fotografato nella sua realtà oggettiva, oppure guardiamo una sua rappresentazione a cui si sommano elementi interpretativi determinanti e non coscienti? La risposta propende per questa ultima ipotesi perché, come abbiamo visto nei capitoli precedenti, croma, luminosità e definizione sono una combinazione costruita ad hoc attraverso decisioni di soggetti il più delle volte diversi da chi fotografa. La maggior parte degli individui, quando produce immagini con gli strumenti cosiddetti *consumer*, non ha coscienza che esistono decisioni a priori che condizionano gli elementi della composizione visiva che incidono profondamente sulla percezione di quelle immagini.

Tutto quello che abbiamo fin qui esposto sulle immagini digitali ci induce a pensare che sia necessario un controllo o almeno una riflessione culturale altrimenti si potrebbero manifestare scenari inquietanti:

L'accensione di tutte le telecamere coincide con la fine di ogni controllo, fino al paradossale azzeramento dell'obiettivo e l'inizio della strada a ritroso. Non solo l'invasione è in atto, ma *noi* ne siamo i protagonisti, la filmiamo e la facciamo, e mentre la facciamo la montiamo, e mentre la montiamo la facciamo vedere, e mentre la facciamo vedere seguiamo l'invasione, e mentre seguiamo l'invasione siamo invasi [...]. Addirittura siamo convinti che questo sia il film della nostra vita, cui ci consegniamo come documenti che aspettano la loro fiction, moriamo per lui (Esposito, 2009, p. 9).

Questa ipotesi è ancora più allarmante se si tiene conto di quanto scrivono Deborah Chambers e Daniel Reisberg in un loro lavoro nel 1985:

Le immagini sono simboliche. Come tali esse si riferiscono non per mezzo di una qualche relazione di somiglianza (che può essere ambigua), ma per le convenzioni del creatore del simbolo, cioè il soggetto che immagina. Di conseguenza, l'interpretazione dell'immagine è essenzialmente trasparente al soggetto che ha creato l'immagine per rappresentare qualcosa di particolare (Chambers e Reisberg, 1985, p. 318)

È proprio la trasparenza al soggetto che “immagina” che viene minata come se agisse una sorta di reinterpretazione dell'immagine nell'atto della loro formazione e questo comporta che «immaginare diversamente qualcosa è immaginare qualcosa di differente» (Casey, 1976, p. 159).

Gli esperimenti di Chambres e Reisberg, effettuati sottoponendo alla visione di immagini ambigue trentacinque soggetti, sono stati dirimenti. I due ricercatori hanno dimostrato che le ambiguità presenti negli oggetti della percezione, se non vengono risolte nell'atto del vedere, sono irrisolvibili nell'immagine mentale.

Questo vale tanto più nell'immagine digitale. In esse l'ambiguità non è percepibile nella visione perché essa viene inserita come sofisticazione, via *software*, durante la registrazione. Il cambiamento di natura si è iscritto *pixel* per *pixel* senza che esso sia rilevabile.

Se ciò che dice Francesco Ferretti è vero e cioè che «gli atteggiamenti intenzionali siano relazioni con simboli mentali» (Ferretti, 1998, p. 156) significa che le rappresentazioni mentali condizionano gli atteggiamenti, le scelte culturali, i comportamenti più in genere. Agiscono quindi inconsciamente sulla formazione della coscienza dei popoli.

Finke e i suoi collaboratori (nel 1989) provarono attraverso alcuni esperimenti le capacità insite nelle immagini mentali di essere reinterpretate. L'immagine digitale, nell'atto di essere rivista, diventa un nuovo “oggetto” della percezione a cui noi attribuiamo (sospendendo l'incredulità) il valore di identità rispetto a ciò che era la realtà osservata. Quasi nessuno però considera che nel viaggio che l'immagine ha fatto attraverso i trasduttori tecnologici e la nostra reinterpretazione è intervenuta una radicale sofisticazione. La nostra interpretazione a tutti i livelli cognitivi e irrimediabilmente condizionata e agisce sul nostro inconscio in questa dimensione alterata.

Durante la fase di registrazione delle immagini digitali le facoltà cognitive sono *distratte* dall'impegno a costruire “la ripresa”, quella sorta di immagine assimilabile all'immagine mentale o visiva che viene elaborata nel *visual buffer* nelle fasi primarie della visione<sup>2</sup>. L'intenzione è quella di costruire una copia autentica dei fatti ripresi col proprio punto di vista. La distrazione iniziale rimanda alla visione successiva di questo punto di vista proprio e pospone l'esercizio di una parte importante delle facoltà cognitive relative all'interpretazione. Quando rivediamo ricordiamo quello che abbiamo visto ma al nostro ricordo si sovrappone una sofisticazione che non sempre distinguiamo come tale. Così essa entra nella interpretazione di quanto vediamo sommandosi e modificando i ricordi e contribuendo alla costruzione del

---

<sup>2</sup> Utilizziamo qui il concetto di *visual buffer* facendo riferimento agli studi di Alan Baddeley. Egli ha distinto la memoria in un insieme di sottosistemi con funzioni differenti: un esecutivo centrale, uno ritenitivo delle informazioni uditive e verbali e, infine, un “taccuino” dedicato a ritenere le informazioni uditive e spaziali.

senso che noi diamo agli avvenimenti che abbiamo ripreso. Tenuto anche conto che i ricordi diretti si attenuano nel tempo e che invece le immagini possono essere viste e riviste, quale sarà la realtà? Quella che ci ha impressionato attraverso i nostri recettori oculari direttamente o quella che abbiamo “fermato” in immagini digitali?

#### 4. Sofisticazione e marketing

Tutto l'apparato che vede la persona in quanto *consumer, shopper, purchaser* muove le sue ricerche verso la comprensione delle dinamiche con le quali le immagini possono essere rese capaci di penetrare dentro di noi sfruttando i meccanismi intrinseci all'adattamento all'ambiente dell'uomo e per aumentare la loro efficacia persuasiva. Per *bucarci* oltrepassando le nostre autodifese e agire sul nostro inconscio:

Molti studi psicologici recenti dicono che i colori mutevoli suscitano (se usati sapientemente) reazioni psicologiche positive. Questi e altri ancora sono gli enormi vantaggi dell'elettrografica rispetto ai media conosciuti. Nella sua immaterialità l'iconografia elettronica offre alla pubblicità *outdoor* e *instore* la possibilità di variare illimitatamente composizioni, forme e colori, sollecitando in questo modo l'occhio e la mente. Lo stesso soggetto viene ripreso e ripresentato come ennesima variante del precedente. Le immagini evolvono innescando un processo culturale totalmente nuovo (Tirelli, 2009, p. 42).

Il pubblicitario, nel suo delirio modernista, usa queste reazioni caratteristiche e inconse per finalità manipolative, persuasive, di marketing. Quasi sempre, anche quando intuisce le implicazioni si senso che possono derivarne, non se ne interessa. Il *progressismo*, come un meccanismo che si autoalimenta, è per lui inarrestabile e per questa sua forza deve essere buono e non gli si possono porre domande che riguardano l'essere dell'uomo:

Ci piaccia o no, stiamo entrando in un'epoca in cui il nuovo manierismo fa sì che il colore, il dinamismo delle forme, il simbolismo commerciale entrino nella nostra sfera percettiva secondo “regimi scopici” (*ivi*, p. 30).

Gli scenari qui descritti non sono di là da venire. Grandi sperimentazioni sono in corso da molti anni. Basti citare lo *skyscreen* del *The Place* di Pechino. Una tettoia di 4.800 mq è stata rivestita di 14 milioni e mezzo di LED in modo da essere uno schermo dalle proporzioni mai viste prima<sup>3</sup>. Lo schermo posto a 30 metri di altezza

---

<sup>3</sup> Si può vedere un video che ritrae questo mega schermo al seguente indirizzo internet: <https://www.youtube.com/watch?v=q23XGMelCLU>

e lungo 160 metri offre al pubblico l'anticipazione concreta di quello che, iniziato a Las Vegas molti anni fa, va diffondendosi in tutto il mondo: saremo avvolti come da una nuova pelle da immagini. Dovunque andremo esse ci seguiranno per ricordarci cosa acquistare, quali stili di vita scegliere, chi votare alle elezioni. Le immagini agiranno sull'inconscio delle persone e ne determineranno i comportamenti. Gli studi sulla percezione più in generale offrono, ai futuri padroni dei *network* di questa nuova comunicazione, elementi per rendere le immagini più incisive, capaci di essere in modo più persistente in noi dopo che esse ci hanno raggiunto:

La differenza, rispetto al passato, sta piuttosto nel fatto che le grandi superfici del *digital signage* costituiscono fonti di luce e non, come nell'architettura e nella pittura tradizionali, entità spaziali che riflettono la luce. Ciò significa che luce diurna e luce notturna non incidono più sulla percezione degli elementi dello spazio urbano. Le immagini elaborate dalle nuove tecnologie sconfiggono le tenebre per vivere di vita propria (Tirelli, 2009, p. 30)

Con queste realtà dovremo dialogare tentando di dominarle. Occorre costruire una risposta consapevole ad un atteggiamento di ineluttabilità che ci vorrebbe vedere sempre e solo in quanto *consumer, shopper, purchaser*.

Il nuovo *paesaggio* che prevedibilmente avremo davanti agli occhi sarà costituito da vere e proprie visioni. Immagini in continua mutazione, veri e propri *miraggi*. Si andrà manifestando un senso di smarrimento che queste immagini inafferrabili causeranno e stanno già causando con l'insorgere di nuove patologie. L'evoluzione estetica, l'arte e la cultura in genere saranno assoggettate all'inconsistenza di queste proposte illusorie che ci vengono dispensate:

L'eccezionalismo, ossia il pensare che l'esperienza estetica sia ristretta a poche vette sublimi, riguardo lo straordinario e non il quotidiano, ciò che è fuori dal comune e non ciò che incontriamo in continuazione, è un cattivo consigliere, e questo sia che si tratti di opere d'arte sia che si tratti del paesaggio [...]. *Tutti i luoghi hanno una valenza estetica*, e [...] anzi è questo valore estetico che concorre a fissarli nella loro individualità e identità (D'Angelo, 2010, p. 67).

Di che natura saranno le rovine della nostra civiltà. Quale sarà il nostro Colosseo o la nostra Pompei degli scavi? Il timore è che le nostre rovine non le lasceremo tanto in opere murarie. Le rovine della civiltà dell'immagine saranno probabilmente incise nella razza uomo, nel suo codice genetico. Nel modo in cui i suoi occhi saranno orientati e capaci di vedere il mondo. Le immagini (questo modo banale e coercitorio di usarle) stanno occultando agli uomini la natura: «immagini che non ci

fanno conoscere nulla perché servono soltanto a confermare quello che già crediamo di sapere» (*ivi*, p. 70).

Immagini che ci distanziano dal conoscere il nostro paesaggio interiore ed esteriore perché sono costruite per questo scopo in modo da poter iniettare in noi un *paesaggio* che fa di noi *consumer, shopper, purchaser*.

Queste tendenze presenti nel corpo sociale non possono essere né sottovalutate, né ignorate. Un ristretto numero di esperti decide come noi dobbiamo vedere le cose attraverso le immagini che introiettiamo nel nostro inconscio stabilendo come esse devono essere. La forte accelerazione originata dagli sviluppi tecnologici, genera un oceano di insicurezza che agisce sull'inconscio collettivo e personale creando angoscia e paura. È il naturale effetto dell'immersione in un mondo pieno di cose che utilizziamo molto ma di cui non sappiamo niente di più che le interfacce per renderle oggetto d'uso. Eppure quelle cose ci condizionano in modo radicale: «Si esulta per l'illimitata possibilità di agire, senza mai reagire» (Esposito, 2009, p. 85).

## 5. La questione della conservazione e della memoria

Intere metropoli e intere banche dati nazionali sono gestite da un sistema visivo e riepilogativo basato sull'automazione, cioè sono sempre potenzialmente sull'orlo del collasso.

(Esposito, 2009, p. 27).

Per resistere, per non *collassare*, occorre costantemente operare sintesi, liberare memoria. Ma cosa significa? Significa perdita di memoria. Ci sono arrivati dai secoli e dai millenni scorsi grandi contributi culturali su supporti meno complessi: la carta, il papiro, la tela, perfino la roccia viva. La fragilità del supporto digitale ha già implicato la cancellazione di moltissime vicende. Tutto quello che noi registriamo, proiettiamo su e attraverso questo supporto è materia in via di estinzione che esige copia continua di sé. Un investimento di energie e spazi che contraddice la sua presunta leggerezza e economicità. L'alternativa è lasciar svanire nel nulla la testimonianza di quel qualcosa di umano, di culturale che ogni immagine può recare con sé. Questo in larga scala sta già accadendo.

Qualcuno vorrebbe attribuire a tutto questo una visione poetica, leggera, come se la perdita della memoria fosse intrinseca al mezzo e quindi ininfluenza come il problema dell'induzione di Hume per Peter Stratow: poiché non abbiamo ancora una risposta forse essa non esiste e forse non è neanche importate. Facciamo cioè finta che il problema sia irrilevante.

Ho fatto un piccolo esperimento, una breve ricognizione nel mio archivio privato. Le prime immagini digitali in mio possesso risalgono al 2003, sono 15 foto. Nel 2011

le foto del mio archivio sono diventate 712. Nel 2016 più di 1.000. Ogni anno, dal 2003 in poi, sono gradatamente aumentate man mano che i dispositivi (macchine fotografiche digitali, videofoni) in possesso della mia famiglia andavano aumentando. Quando avremo il tempo di vedere insieme tutte queste foto e i video che andiamo producendo? Intanto io archivio, duplico per essere certo di poter conservare impiegando tempo e risorse economiche per gli *hard disk* che non bastano più...

Di tanto in tanto mi capita d'insegnare i modi migliori di conservare le immagini e scopro sempre che la stragrande maggioranza delle persone sanno poco o nulla degli apparati tecnologici, della loro fragilità e intrinseca volatilità. E si fa strada la convinzione che ciò che verrà tramandato sarà casuale, sottoposto agli accidenti tecnologici, alle perdite involontarie di memoria, alla smagnetizzazione degli HD, ai *virus*.

Questo *moto ondoso* di immagini non era veramente prevedibile e se lo era è stato certamente sottovalutato. Fa quasi tenerezza rileggere quello che scriveva Guido Piovene solo pochi decenni fa:

La grande rivoluzione che la fotografia ha portato nell'uomo è stata quella di insegnargli il valore dell'attimo [...]. Grazie ad essa possiamo vivere in compagnia non soltanto di noi stessi presenti, ma anche con tutto il nostro passato. Simile a un ronzio di alveare, tutto il nostro passato avvolge ed allarga il presente (Piovene, 1988, p. 31).

L'ingresso nell'era digitale, con l'incredibile proliferazione delle immagini che ne è conseguita, ha trasformato il poetico ronzio d'alveare che Piovene descrive, in un rumore insopportabile che invece di allargare il presente, di farci cogliere l'attimo, ce lo sottrae definitivamente, perversamente. I luoghi della memoria di trasformano in caotici depositi di immagini non catalogabili perché per catalogarle occorre tempo, attimi, troppi attimi. E avanza il senso della rinuncia. Abbiamo perso l'attimo dal vivo perché siamo impegnati a riprenderlo *fotograficamente* e lo abbiamo perso nella sua riproduzione perché essa è divenuta un'impresa titanica.

## 6. Un nuovo analfabetismo. *Digital literacy divide*

Nel 1938 Ennio Flaiano con il suo amico fotografo Pasqualino andò a un raduno di contadine che facevano una gara per la realizzazione della miglior pizza salata. Venivano giudicate dalle mogli dei gerarchi fascisti anch'essi presenti alla saga rupestre. Il suo amico aveva finito la pellicola e finse di fotografare l'avvenimento. Per ore i fascisti e le contadine si misero in posa e lui continuò a far suonare il suo otturatore davanti a gente che si metteva a sua disposizione manifestando in essa la propria mediocrità, il proprio modo d'essere. Più tardi, alla richiesta delle foto,



Pasqualino rispose che il negativo aveva preso luce e le foto non si potevano stampare e questa risposta bastò a tutti, contadini e gerarchi.

Questo episodio descritto da Flaiano ci lascia intendere quanto sia discriminante conoscere i mezzi tecnologici, il loro funzionamento, per determinare i propri comportamenti nella realtà, per decidere cosa fare del proprio tempo. A che punto è la conoscenza di massa dei mezzi tecnologici digitali che essa ha in uso? Quasi tutti conoscono solo interfacce.

Che significati può assumere per l'esercizio della libertà personale, artistica, culturale fermare alle interfacce la propria conoscenza?

Le macchine con cui lavoriamo e che generano e gestiscono le nostre immagini lo fanno con un sistema di codici secondo logiche definite, comprese e pensate a priori da qualcuno e con le quali siamo incapaci di interagire per ignoranza. Questo significa che non siamo esattamente noi a modificare con la nostra azione sull'interfaccia i nostri materiali, che la nostra azione e il nostro controllo è parziale e, a volte, persino marginale.

Saper leggere e scrivere ha dato accesso alle masse all'interazione personale nei fatti riguardanti le libertà personali ed espressive. Molti di coloro che cercano di abbattere il *digital divide* che riguarda le infrastrutture della comunicazione non lo fanno con l'intenzione di consentire un accesso libero alla cultura ma solo per poter raggiungere con le proprie interfacce nuovi utenti in modo da poter comunicare con loro e offrirgli in vendita beni e servizi. Per questo abbiamo coniato nel titolo di questo capitolo la locuzione *digital literacy divide* per chiarire che ciò che divide (chi sa da chi non sa) non sono solo le infrastrutture della comunicazione digitale ma soprattutto la conoscenza profonda dei mezzi con i quali noi oggi esercitiamo comunicazione, conoscenza ed espressione artistica.

La conoscenza dei codici sottostanti alle interfacce, appannaggio oggi di una ristrettissima oligarchia, ha generato un nuovo tipo di analfabetismo che consente il controllo, la manipolazione, l'orientamento della coscienza dei popoli. Non siamo capaci di modificare le nostre interfacce. Solo pochi possono farlo. Questo significa che i contorni, le cornici, i contenitori delle nostre idee sono determinati fuori dal nostro personale controllo. Questo ha un'influenza inconscia determinante sulle nostre comunicazioni. Come sta cambiando nei giovani che comunicano attraverso *Snapchat, Instagram, Facebook* la capacità di pensare ed esprimersi?

La nostra non è una resistenza all'innovazione ma piuttosto il desiderio di dominarla attraverso meccanismi educativi che consentano, a un numero sempre crescente di persone, l'accesso ai sistemi di codici che rendono possibile l'orientamento e il controllo dei mezzi.

Voglio citare qui una piccola esperienza personale. Due dei miei figli frequentavano la scuola elementare. Il loro insegnante di informatica conosceva solo la piattaforma *Windows* e per questo insegnava loro l'uso del *computer* all'interno

del perimetro delle offerte *Microsoft*. Siamo al paradosso che non solo la scuola non insegna nulla sul linguaggio dei codici interni dei sistemi informatici ma addirittura *formatta* i bambini all'utilizzo parzialissimo delle interfacce facendo da sponsor involontario a una multinazionale!

E così, con spirito di supplenza, nella mia casa completamente cablata e dove sono disponibili diversi *personal computer*, ho avuto cura di differenziare le interfacce introducendo i principali sistemi operativi oggi disponibili: *Linux*, *Windows* e *macOS*. I bambini sono immersi nelle pluralità dei sistemi e questo lascia almeno intuire e che esistono codici diversi sotto ogni interfaccia utente.

Tragicamente siamo nelle mani di potentati che decidono l'orientamento, la forma e spesso anche il contenuto del nostro agire. L'idea è che stiamo vivendo una sorta di analfabetismo di ritorno, lo stesso che ha sempre permesso ai regimi totalitari di *governare* le masse. Questa idea non è solo mia. Per citare solo un esempio dirò che un gruppo di insegnanti ha realizzato un manuale del linguaggio Python destinato a ragazzi dai 10 ai 14 anni. Questi insegnanti (Aurora Martina, Angelo R. Meo, Clotilde Moro e Mario Scovazzi) sono convinti che insegnare l'informatica solo in maniera applicativa è un grave errore<sup>4</sup>.

È ormai evidente che il mondo dell'era digitale richiede la messa in pratica della cosiddetta *formazione continua*. Per non affogare bisogna imparare a nuotare bene. Si potrebbe anche dire: per non affogare nel proprio inconscio manipolato da altri.

Perché non sappiamo niente di informatica di base, del sistema binario, di chi lo ha inventato, di cosa sono i linguaggi di programmazione? Eppure oggi i telefoni che abbiamo, le automobili, gli elettrodomestici, i computer, (sostanzialmente tutto quello che usiamo) non funzionerebbe più senza le componenti che utilizzano la microelettronica basata sul sistema binario e l'algebra booleana. I circuiti stampati che sono dentro i nostri televisori siamo portati a considerarli come cose impossibili da riparare eppure delle volte basterebbe una semplice saldatura e un tester per rilevare l'interruzione dei circuiti, un po' di pazienza e un po' di tempo per guardare la stampa che rappresenta la logica interna con cui sono costruiti i circuiti stessi. Questo per parlare della parte *Hardware*, la più semplice.

Per i linguaggi di programmazione le cose non cambiano. Basterebbe conoscere "l'alfabeto" da cui sono costituiti e la sua sintassi. E se questo fosse solo alla portata degli scienziati non ci sarebbero degli smanettoni capaci di violare i server la cui protezione è stata studiata, questa sì da scienziati.

L'ostilità alla divulgazione attraverso il sistema scolastico di questi alfabeti nasconde piuttosto il senso di smarrimento degli intellettuali che hanno paura di dovere rimettere mano ad un apprendimento di base. In fondo non è stato così

---

<sup>4</sup> Il manuale si trova gratuitamente sulla rete al seguente link: <http://linuxdidattica.org/polito/manuale-python-V2.pdf>.

difficile passare dalla macchina da scrivere e dalla stilografica alla tastiera di un PC anche se qualcuno si è rifiutato. Ma dover ammettere la propria ignoranza sui linguaggi informatici e rialfabetizzarsi non si può, è troppo difficile. A cosa serve a un filosofo, a un medico, a un ingegnere andare oltre le interfacce che usa? Apparentemente a niente.

All'ingegnere basta *AutoCAD* che lo ha liberato dalla schiavitù di disegnare e fare i calcoli necessari per le strutture dei propri edifici. Eppure l'ingegnere dovrebbe sapere che *AutoCAD* funziona secondo uno schema di base determinato a priori dai suoi programmatori. Se vuole rischiare qualcosa di nuovo e fare le verifiche con *AutoCAD* dovrà chiamare un programmatore a modificarlo per ottenere risultati che vanno fuori dagli schemi ingegneristici più consueti. A questo programmatore che non saprà nulla di ingegneria dovrà dare il tempo di erudirsi su alcuni elementi per poter modificare il programma. Anzi questo programmatore non potrà neanche mettere mano a lavoro perché i codici sorgente del software sono segreti industriali.

Il risultato? Le modifiche possono essere realizzate solo con una relazione con chi possiede i codici. Qui si dovrebbe aprire un altro capitolo relativo alla proprietà intellettuale dei codici che fanno funzionare i prodotti di largo consumo e dei sistemi operativi ma non è il campo della nostra ricerca e lo abbandoniamo anche se si tratta di un argomento di grande rilevanza.

Diremo solo che al problema del *digital literacy divide* si somma quello della socializzazione dei beni intellettuali che stanno alla base del funzionamento degli apparati digitali.

## 7. Conclusioni

Si potrebbe pensare che quanto esposto in questo lavoro sia rivolto a immaginare una sorta di rifiuto delle immagini, una volontà di bandirle dalle case, dalle città, da noi. Di travolgerle con un novello luddismo.

Le immagini non sono in se stesse per così dire *radioattive*, nocive, incongrue a noi. Semmai il loro abuso, il loro stupro ispirato a idee del mondo che si impongono con modelli sempre rinnovati di tirannia e sopruso dell'uomo sull'uomo. In questo senso penso che la sintesi pessimistica espressa da Herbert Marcuse ne *L'uomo a una dimensione* sia da rigettare. Qualche tempo fa ho letto un libro sulla storia della cartografia che mi ha suscitato non pochi spunti di riflessione:

L'immagine più fedele possibile del mondo che abbiamo intorno, gli strumenti per ottenerla sono condizionati dalla cultura del tempo basti pensare al freno posto agli sviluppi della cartografia nel Medioevo quando, venendosi a creare

una scissura fra scienza ed esperienza, si toglie alla cartografia il contatto con la realtà (Galliano, 1993, p. 9).

Gli interessi geografici che avevano stimolato la ricerca nell'Evo antico perdono ogni significato per la cultura medioevale. Nel mondo della natura essa si limita a cercare intenzionalmente l'immagine di Dio.

L'impresa di Ferdinando Magellano (1521) che aprì la rotta verso l'Oceano pacifico segnò una tappa fondamentale non solo per le conoscenze geografiche ma anche sulla cultura e sulla scienza dell'Europa occidentale. La rotta di Magellano offrì prova della sfericità della Terra e questo portò a un radicale cambiamento della concezione del mondo. È una ulteriore dimostrazione che l'immagine del mondo che abbiamo è capace di cambiare la nostra posizione nell'universo, il modo di concepire l'essere. Elemento essenziale per determinare questo salto dell'essere è stata l'immagine nuova che l'uomo ebbe della Terra; era diventata una sfera e l'uomo perdette la sua centralità nell'universo. Un'immagine cambia il mondo.

E noi che siamo immersi nelle immagini siamo consapevoli che siamo oggetto di continui micro cambiamenti dovuti all'immagine del mondo che sintetizziamo in noi da tutte le immagini che vediamo e rivediamo? Noi cambiamo per via delle immagini che stiamo producendo e accumulando in noi raggiunti da una quantità strabordante di affluenti. Cosa essi portano interessa molto sapere, da dove vengono e perché ci raggiungono.

Occorrerebbe una nuova alfabetizzazione perché essa metterebbe le basi per una possibilità di conoscere più diffusa e quindi congrua alla difesa della dignità umana dai poteri forti, *grassi* e sconsiderati che si sono impossessati, grazie alla nostra ignoranza, delle immagini digitali e del nostro inconscio e con esso dei nostri paesaggi.

Una ristretta cerchia di individui conosce il linguaggio interno delle macchine con cui le immagini vengono generate e riprodotte. Per molti secoli si è lottato per diffondere la conoscenza dell'alfabeto perché esso era il mezzo necessario per accedere all'istruzione. Oggi è diventato necessario imparare almeno i rudimenti dei linguaggi di programmazione e il funzionamento dei sistemi tecnologici di base in modo da dominare e orientare i sistemi che producono immagini perché è attraverso di esse che noi oggi conosciamo, comunichiamo, ci informiamo ed esercitiamo le nostre libertà essenziali oppure, nostro malgrado, irrimediabilmente le perdiamo. L'esperienza estetica e filosofica più in generale che si caratterizza anche per il suo saper riconoscere un valore alle cose con cui entra in relazione è stimolata a cercare, anche nella sua riflessione teorica, una relazione con i nuovi mezzi tecnologici e con ciò che essi producono e in particolare per noi, con le immagini digitali. Esse non sono solo immagini, sono digitali e questo attribuisce loro caratteristiche e possibilità diverse dalle immagini che l'uomo ha conosciuto prima che esse fossero inventate:

«Ciò che caratterizza le società cosiddette avanzate, è che oggi tali società consumano immagini e non più, come quelle del passato, credenze; esse sono dunque più liberali, meno fanatiche, ma anche più “false” (Barthes, 1980, p. 118)».

Eppure ci pare di poter dire che se le nostre società sono più false esse sono anche meno liberali, altrettanto fanatiche che quelle più arcaiche perché la democrazia e la razionalità, da cui sembrano pervase, soggiacciono come descritto altrove in questo lavoro alla violenza e ai feticci, agli idoli.

Ubaldo Fadini nel suo saggio intitolato *Sviluppo tecnologico identità personale* ci suggerisce che «va pensata la coevoluzione dell'uomo e della tecnica-in termini che tengano insieme, tra l'altro, un'antropologia della tecnica all'altezza delle ultime innovazioni della microelettronica e una filosofia della tecnica [...] per cercare i modi dei processi di trasformazione complessiva del “nostro” mondo che potrebbero rendere concretamente vivibile tale coevoluzione (Fadini, 2000, p. 5)».

Quello con cui dunque abbiamo a che fare non è solo una sostituzione di vecchie tecnologie con delle nuove ma con fenomeni di mutazione antropologica e del nostro mondo inconscio che andrebbero maggiormente dominati e controllati, almeno resi coscienti ai popoli a cominciare dai loro intellettuali e dai loro uomini impegnati in politica. Senza questa presa di coscienza e le conseguenti contromisure, si rendono legittime e immodificabili le conclusioni di Anders nel suo saggio *L'uomo è antiquato* e cioè che egli è divenuto materia prima della macchina produttiva. Un essere che ha subito l'imposizione da parte dell'organizzazione tecno-scientifica della produzione del produrre e del consumare e, contestualmente, un essere che produce il bisogno che corrisponde al prodotto. Inoltre è stato costituito un apparato che crea i condizionamenti necessari affinché il prodotto sia poi effettivamente consumato:

Per poter consumare, è necessario che ne abbiano necessità. Ma poiché questa necessità non ci viene spontanea (come la fame), dobbiamo produrla. Questa industria, che deve rendere uguali la fame delle merci di essere consumate e la nostra fame di merci, si chiama pubblicità. Si producono dunque mezzi di propaganda, al fine di produrre il bisogno di prodotti che hanno bisogno di noi; di modo che, liquidando questi prodotti, noi garantiamo la continuazione della produzione di questi prodotti (Anders, 1956, p. 10).

Questa passività dell'uomo contemporaneo deve essere ribaltata, rifiutata, contrastata. Occorre utilizzare strumenti che consentano di riappropriarsi del proprio ambiente e di creare una civiltà capace di generare e sorreggere una civilizzazione in relazione alla presenza dei nuovi multimedia.

Si tratta di una prospettiva all'apparenza velleitaria, ingenua quasi da sembrare infondata come appaiono spesso le aspirazioni più alte e controcorrente e mi fa tornare alla mente la storia di Giuseppe, un ragazzo di diciassette anni che non si

vergognava di raccontare i suoi sogni: «Ho fatto un altro sogno! Ed ecco il sole, la luna e undici stelle si inchinavano davanti a me» (Genesi, 37).

## Bibliografia

Anders, G. (1956), *L'uomo è antiquato. Sulla distruzione della vita nell'epoca della terza rivoluzione industriale*, tr. it., Bollati Boringhieri, Torino 2007.

Arnheim, R. (1969), *Il pensiero visivo. La percezione visiva come attività conoscitiva*, tr. it., Einaudi, Torino 1974.

Barthes, R. (1980), *La camera chiara. Nota sulla fotografia*, tr. it., Einaudi, Torino 2003.

Id. (1982), *Il messaggio fotografico*, in Mormorio (1988) (a cura di), pp. 6-21.

Calvino, I. (1970), *L'avventura di un fotografo*, in Mormorio (1988) (a cura di), pp. 181-192.

Casey, E. (1976), *Imagining. A Phenomenological Study*, Indiana University Press, Bloomington.

Chambers, D. e Reisberg, D. (1985), *Can mental images be ambiguous?*, in *Journal of Experimental Psychology*, vol. 11, n. 3, pp. 317-328.

D'Angelo, P. (2010), *Filosofia del paesaggio*, Quodilibet, Macerata.

Esposito, L. (2009), *Il digitale non esiste. Verità e menzogna dell'immagine*, Liguori, Napoli.

Fadini, U. (2000), *Sviluppo tecnologico e identità personale: linee di antropologia della tecnica*, Dedalo, Bari.

Ferretti, F. (1998), *Pensare vedendo. Le immagini mentali nella scienza cognitiva*, Carocci, Roma.

Galliano, G. (1993), *Dal mondo immaginario all'immagine del mondo*, La Mongolfiera, Trieste.

Marcuse, H. (1964), *One-Dimensional Man. Studies in the ideology of advanced industrial society*, Routledge, Londra.

Piovene, G. (1988), *Il valore dell'attimo*, in Mormorio (1988) (a cura di), pp. 31-33.

Tirelli, D. (2009), *Digital signage. L'immagine onnipresente*, Franco Angeli, Milano.

## **Abstract**

### **The unconscious power of digital images**

The world portrayed through digital pictures acquires always more truth, although arising from software whose final products bear the sign of a deep sophistication. But who decides what has to appear as truthfulness to the eyes of the masses? Is our consciousness and the culture around us (our environment) changing because of the digital pictures? How does all this operate on us?

We need to provide an answer to these questions, which must be different from the one given by who wants us to be always and only consumers, shoppers, purchasers.

**Keywords:** Unconscious, images, sophistication, culture, digital