
Microstudi: Cinesica Manuale Aerea/ È Così e Basta

Microstudi: Cinesica Manuale Aerea/ È Così e Basta è un progetto espositivo finalizzato alla realizzazione di un intervento d'arte pubblica attraverso affissioni urbane. L'affissione è ancora oggi uno dei metodi più impiegati nella comunicazione commerciale, istituzionale e politica. È per sua natura una forma di comunicazione che avvicina il messaggio ai destinatari e che interagisce con l'ambiente in cui è collocata, combinandosi con tutti gli altri segni del linguaggio visuale che caratterizzano l'affollato ambiente urbano.

La scelta di progettare un'esposizione secondo i canoni di questo metodo di comunicazione, come intervento d'arte pubblica, risponde ad alcune istanze e contingenze del presente. L'affissione è strumento per avvicinare e coinvolgere un pubblico quanto più vasto e disparato, raggiungendolo direttamente negli spazi quotidiani della città. L'esplorazione di diverse forme d'interazione, fuori dai tradizionali perimetri del sistema dell'arte, è uno dei principali intenti che anima questo progetto. Altro intento è un invito rivolto all'osservatore, quello di sviluppare un'attitudine critica verso la fruizione di contenuti visuali. Un approccio lento e riflessivo, che si pone contrapposizione agli eccessi della produzione e del consumo d'immagini propri di questa epoca. Il poster, per le sue caratteristiche di materialità e impatto visivo, è un valido dispositivo per instillare e suscitare questa reazione.

Microstudi: Cinesica Manuale Aerea/ È Così e Basta prende origine dal lavoro di Luca Santese e Marco P. Valli *Il Corpo del Capitano*, libro pubblicato da *Cesura Publish* nel settembre del 2020. Le considerazioni che seguono sono un'analisi d'approfondimento sulla loro indagine, si articolano in sette parole e hanno l'intento di ricostruire la rappresentazione locale di alcuni fenomeni partendo dalla dimensione globale. Nessun intento di fornire facili risposte, al contrario la volontà è di lanciare stimoli e porsi interrogativi su vari aspetti del mondo contemporaneo.

HYPE

"I think the potential of what the internet is going to do to society, both good and bad, is unimaginable. We're on the cusp of something exhilarating and terrifying... it's an alien life form."

(David Bowie intervistato da Jeremy Paxman, 2000)

Questa epoca è definita dall'inesorabile spinta all'iper-socializzazione delle interazioni, qualunque esse siano: una conversazione tra sconosciuti, l'acquisto di un bene, la narrazione dell'attualità. Tale spinta è sostenuta dalle tecnologie emerse negli ultimi quindici anni, strumenti che si sono silenziosamente inseriti nel panorama quotidiano e che hanno stravolto il modo di comunicare. Amplificazione ipertrofica delle interazioni e disponibilità quasi istantanea, non-stop, di contenuti concepiti per informare, stimolare o intrattenere sono le principali linee di sconvolgimento di queste tecnologie. La *hype machine*, espressione coniata da Sinan Aral¹, con la sua voracità e con la sua celerità mette in discussione la stessa definizione di realtà, alterandone la percezione. La *hype machine* così muovendosi spinge inesorabile verso l'ambivalente e inquietante scenario della società trasparente di Byung-Chul Han², ove la vaneggiata trasparenza è solo illusione di maggior conoscenza. In questa dimensione distopica l'esposizione diviene valore, non riconducibile e non interpretabile secondo categorie storiche d'analisi come il valore d'uso e il valore di scambio. La trasparenza, attraverso l'iper-comunicazione, diventa una subdola *backdoor* per un esercizio implicito del controllo sugli individui.

ECESSO

"I associate hyper-modernism with new media and new technologies, and with those conditions of virtual and online life which have disrupted classical, modernist and even post-modernist assumptions about and experiences of space and time. Three-dimensional Euclidean space – a way of thinking about space that belongs to the Western metaphysical 'construction of reality' as it was originated by the Ancient Greek thinkers – corresponds to our 'intuitive understanding' of space. Media virtuality in hyper-modernism has the property of complex intricate paradoxical topology. It is the 'non-Euclidean' spacetime of multiple refracting waves in an enigmatic hyper-space beyond any classical geometry."

(What is hyper-modernism? – Alan N. Shapiro, 2016)

¹ Sinan Aral, *The Hype Machine: How Social Media Disrupts Our Elections, Our Economy and Our Health – and How We Must Adapt*, Harper Collins, Glasgow, 2020

² Byung-chul Han, *La società della trasparenza*, Nottetempo, Milano, 2014

L'eccesso è uno dei paradigmi che caratterizza la contemporaneità. Tra le figure identificate da Marc Augé³ vi è l'eccesso di tempo, una condizione che si può meglio esprimere come moltiplicazione degli eventi e che si sperimenta come accelerazione del tempo. Il risultato è una sovrapproduzione e sovrabbondanza di stimoli che sollecitano la nostra attenzione, talvolta la deviano e spesso la disperdono. Il mondo contemporaneo si può riassumere in un insieme caotico e saturo d'immagini, dalle molteplici interpretazioni e visioni. Una delle conseguenze più evidenti e rischiose di questa condizione è la scomparsa della percezione lineare del tempo, la fine dell'esperienza fenomenologica del continuum temporale. L'accelerazione schiaccia in un'unica dimensione, il presente. Passato e futuro si annullano. Ciò mette in crisi il concetto di politica, così come lo si è inteso fino ad ora. Se si definisce la politica come azione collettiva mirata alla costruzione di un futuro per la collettività che agisce, la mancanza di un'idea di futuro, così come la perdita dell'idea di passato, quindi lo smarrimento della cognizione del senso della storia, mina alle fondamenta la missione stessa dell'azione politica.

DISINTERMEDIAZIONE

"Yet, the main issue is not the shaping of the minds by explicit messages in the media, but the absence of a given content in the media.

(Communication Power - Manuel Castells, 2009)

La compressione sull'unica dimensione del tempo presente cancella il ciclo politico, la campagna elettorale diventa uno status permanente. Questo ha reso le figure dei singoli politici depositarie principali delle aspettative e delle speranze dei cittadini-elettori. Bernard Manin⁴ parla di democrazia del pubblico, la cui diretta conseguenza è che il singolo prevale sul resto. Figura e comunicazione sostituiscono idee e organizzazione, gli elettori diventano spettatori. Personalità e l'immagine del leader svolgono un ruolo fondamentale nella personalizzazione della relazione di rappresentanza. E così la politica si riduce alla sua mera logica di funzionamento, una serie di attività mirate alla ricerca del consenso elettorale. Nell'esercizio di rappresentazione che la comunicazione politica oggi persegue

³ Marc Augé, *Nonluoghi. Introduzione alla antropologia della surmodernità*, elèuthera, Milano, 2009

⁴ Bernard Manin, *Principi del governo rappresentativo*, Il Mulino, Bologna, 2017

c'è la volontà di personalizzazione della rappresentanza, assimilando l'eletto a simulacro dell'elettore, lasciando inoltre intendere un concetto di rappresentanza quale emanazione diretta dell'elettorato. Una contiguità perseguita attraverso la comunicazione diretta, l'immedesimazione visiva e l'empatia viscerale. I social media amplificano esponenzialmente questa tendenza e il soggetto d'indagine de *Il Corpo del Capitano*, in questo senso, rappresenta un ottimo caso studio. Matteo Salvini produce costantemente fotografie in cui espone sé stesso, la sua quotidianità e il suo corpo, perseguendo consapevolmente questa idea di raffigurazione da simulacro dell'elettore. Tale sviluppo della comunicazione politica usurpa il ruolo storico dei fotografi di mestiere e dei cronisti di politica, che così vengono scavalcati dal politico che - da sé - si auto-rappresenta.

SPINNING

Hugh Abbot: What are we gonna do now?

Malcolm Tucker: You're gonna completely reverse your position.

Hugh Abbot: Hang on a second. Malcolm, it's not actually that, um – I mean, that's gonna be quite hard, really.

Malcolm Tucker: Yes, well the announcement that you didn't make today, you did.

Hugh Abbot: No, no, I didn't, and there were television cameras there while I was not doing it.

Malcolm Tucker: Fuck them!

Hugh Abbot: I'm not quite sure h– what level of reality I'm supposed to be operating on.

(The Thick of It – Armando Iannucci, BBC, 2005)

Non è del tutto nuovo che le figure politiche vogliano essere apprezzate e vogliano, in qualche modo, esercitare una forma di controllo sul messaggio esprimono e sui messaggeri che lo veicolano. La novità che caratterizza la politica contemporanea sta però nel ricorso sistematico a figure professionali con esperienze che spaziano dalla comunicazione alla pubblicità, dall'organizzazione di eventi alla demoscopia. Gli *spin-doctor* sono personaggi fondamentali per comprendere il mondo politico contemporaneo, il suo funzionamento e i suoi eccessi. Il fenomeno nasce nel Regno Unito della metà degli anni novanta, con l'ascesa al potere del New Labour di Tony Blair, seguito e consigliato da Alastair

Campbell e Peter Mandelson. L'esperienza è talmente pervasiva nell'azione politica del periodo da lasciare il segno, gli *spin-doctor* diventano personaggi di spicco nella politica britannica, tanto da ispirare una serie televisiva critico-satirica di successo, *The Thick of It*. In Italia questa figura professionale rimane confinata alle campagne elettorali e solo nel corso dell'ultimo decennio arriva ad affiancare il *day-to-day* dell'azione politica. E qui entra in scena lo *spin-doctor* di Matteo Salvini, Luca Morisi, entità che supervisiona l'immagine del Capitano e ne amplifica il messaggio, la mente che gestisce il team a capo della cosiddetta Bestia, qualcosa che esperti di comunicazione digitale ipotizzano sia un sistema di *listening tool* dei trend, delle conversazioni, dei temi che animano quotidianamente i social degli utenti italiani. Queste informazioni, intercettate e incorporate dalla comunicazione politica, finiscono spesso come materia di discussione sui media tradizionali e diventano così dibattito pubblico. Il risultato di questa operazione comunicativa è quindi la costante esposizione della figura del politico, che ottiene attenzione e impone la sua agenda. L'incessante lavoro degli *spin-doctor*, prima dedicato esclusivamente al rapporto con la stampa, ora è un gioco di riflesso.

CAPOVOLGIMENTO

Una delle caratteristiche salienti della macchina comunicativa salviniana è la capacità di fagocitare e riutilizzare a proprio vantaggio qualunque interazione esterna, soprattutto critiche e attacchi. È l'applicazione del noto adagio "purché se ne parli" nell'era dei social media e della tirannia dei trend. Santese e Valli incespicano proprio in questo meccanismo, *The New Face of Europe* è il titolo del numero di *Time Europe* del 15 settembre 2018, su cui capeggia un inquietante ritratto del leader della Lega Matteo Salvini. Questa immagine proviene da *Boys Boys Boys*, una delle fanzine dedicate agli eventi delle elezioni amministrative del 2018, parte del loro progetto *Realpolitik*. Il bianco e nero, l'illuminazione dal basso, il volto che occupa l'intera immagine, il sorriso che somiglia più al ghigno di una maschera, tutti questi elementi definiscono il ritratto scelto da *Time*. Questa poco rassicurante connotazione, che accompagna un articolo di simile registro, viene assunta invece come punto di forza, se non addirittura motivo d'orgoglio e identificazione, nella sfera della comunicazione salviniana. La copertina – e assieme l'immagine - diventa quindi un santino della propaganda, finendo stampata come flyer nelle successive manifestazioni

elettorali. Questa operazione d'incorporazione mette di nuovo in evidenza l'eterna ambiguità del medium fotografico e ricorda quanto sia vulnerabile il significato delle immagini. Come reagire a questa appropriazione abusiva e a questo capovolgimento d'intenti dell'immagine?

FRAMMENTI

“Forse l'immagine che risulta più aderente a questa situazione è quella della discarica di rifiuti. È nelle discariche che si realizza il massimo della varietà e imprevedibilità locale con il massimo di omogeneità e di indifferenziazione complessiva. L'immagine della discarica è un efficace modello per quelle situazioni dove un'apparente varietà si appiattisce statisticamente quando si fa un salto di scala, passando dal locale al globale.”

(La discarica di rifiuti. Un modello dell'attuale situazione dell'informazione - Franco Vaccari, 1979)

Le immagini de *Il Corpo del Capitano* vivono nell'universo dell'ironico e del carnevalesco, poiché esasperano tutti i caratteri ripetitivi, grotteschi e teatrali. Frammentano l'immaginario creato dalla comunicazione, ne dissezionano il messaggio, con lo scopo di ricercare l'inversione di segno. Santese e Valli nella loro documentazione dell'universo salviniano spingono sul ruolo di creatori, perseguono l'intenzione di riaffermare la loro natura d'intermediari, vogliono creare una contro-narrazione e una contro-iconografia, basata sulla soppressione di qualsiasi nozione di ordine e di separazione. Si trovano perciò tanti frammenti, brandelli, ritagli, schegge, pezzetti e pezzettini del corpo. Le mani, la barba, la pancia, i peli nel naso e nelle orecchie, la lingua porosa, i magri piedi sulla sabbia, l'occhio stanco e perduto, il cuoio capelluto, le labbra umide di schiuma, le macchie di sudore. E poi tutti i prolungamenti, nella loro autonomia funzionale. La camicia bianca, le mostrine della Polizia, i molteplici braccialetti, i monili, gli oggetti di scena, le scarpine da neonato, il bicchierone di birra, il rosario attorno ai microfoni, gli ubiqui smartphone, perfino gli animali. Per metterla nei termini delle analisi di Franco Vaccari, alla volontà di regia della comunicazione politica Santese e Valli oppongono un'indagine d'ossessione maniacale, volta ad esacerbare la realtà documentata. L'esibizione esasperata dei particolari, delle situazioni, l'avvicinamento illimitato all'oggetto d'indagine, sono tutte strategie qui tese a sostituire una narrativa, quella della comunicazione, per surrogarla provare a invertirla di segno. È il carattere frammentario della fotografia stessa a poter permettere questo tipo di operazioni, attraverso l'addomesticamento del tempo e dello spazio, così da poter dare possibilità all'osservatore di scrutare il diverso tra le incrinature della realtà.

EDUCAZIONE

“Là dove l’impegnativa qualifica (scena oscena, ndr) non ha tanto a che fare con certa deriva semi porno della vita pubblica, quanto con l’ipervicinanza, l’iperesposizione, l’iperproduzione e l’iperconsumo di corpi politici sovrani. Misterioso d’altra parte è l’etimo di osceno, dal latino obscenus. Si sa che il ceppo appartiene al linguaggio – e ci risiamo – degli indovini. Tra i vari significati c’è quello di ‘cattivo auspicio’. Quanto basta per fare le corna, toccare legno, ferro, amuleti o quello che è. Oppure pregare, impegnarsi, interrogarsi, comunque scorrere questo volume come un necessario monito, un utile spasso, un manuale di educazione civica e visiva.”

(Gli Aruspici della Bestia – Filippo Ceccarelli, prefazione a Il Corpo del Capitano)

Il Corpo Del Capitano non si limita a rivendicare l’interpretazione critica della rappresentazione del potere, per molti versi supera questa ambizione e finisce col mostrare quanto sia profondo il nostro rapporto oggi con l’immagine e le immagini. È punto di partenza per qualcosa di molto più ampio, che evade il ristretto e specialistico perimetro della politica, quello che Enzo Forcella appella come il mondo dei “millecinquecento lettori”⁵. Dai frammenti e dalle incrinature è possibile riconoscere effetti, sintomi, manifestazioni di qualcosa di molto più grande. Nel corso di queste considerazioni, “contemporaneità” è il termine scelto per definire l’attuale epoca storica, non volendo arrischiare definizioni ancora troppo premature. Ma in questo contesto di sommovimento, assestamento e silenziosa rivoluzione che s’insinua nel quotidiano, *Il Corpo del Capitano* è un esercizio di visione e narrativa, una potente dimostrazione della capacità della fotografia, nonostante i suoi stessi limiti, di costituirsi come efficace e sensibile strumento d’analisi dei tempi. Il risultato, in questo caso, è una piccola antologia di un fenomeno, un manuale di studio della società. Così come scrive Filippo Ceccarelli nella prefazione del volume “oppure pregare, impegnarsi, interrogarsi, comunque scorrere questo volume come un necessario monito, un utile spasso, un manuale di educazione civica e visiva”.

⁵ Enzo Forcella, *Millecinquecento lettori*, Donizelli, Roma, 2004

Bibliografia:

- Luca Santese, Marco P. Valli, *Il Corpo del Capitano*, Cesura Publish, Pianello Val Tidone, 2020
- Sinan Aral, *The Hype Machine: How Social Media Disrupts Our Elections, Our Economy and Our Health – and How We Must Adapt*, Harper Collins, Glasgow, 2020
- Byung-chul Han, *La società della trasparenza*, Nottetempo, Milano, 2014
- Alan N. Shapiro, *What is hyper-modernism?*, da alan-shapiro.com, trascrizione della lezione tenuta presso il Centre national de la recherche scientifique, Parigi, 2016
- Marc Augé, *Nonluoghi. Introduzione alla antropologia della surmodernità*, elèuthera, Milano, 2009
- Giovanni Orsina, *La democrazia del narcisismo*, Marsilio, Venezia, 2018
- Bernard Manin, *Principi del governo rappresentativo*, Il Mulino, Bologna, 2017
- Franco Vaccari, *Fotografia e Inconscio Tecnologico*, Einaudi, Torino, 2011
- Enzo Forcella, *Millecinquecento lettori*, Donizelli, Roma, 2004