

## **LA CURIOSITÀ DELL'ESSERE UMANO E LA NECESSITÀ DI RAPPRESENTAZIONE**

L'esigenza di dare risposte alla sua continua curiosità per tutto ciò che lo circonda costringe l'uomo a rappresentare e a rappresentarsi incessantemente. Qualsiasi sia la motivazione che lo spinge a incidere sulle pareti di una caverna segni rappresentativi di se stesso e delle sue condizioni di vita, è certo che essa risponde al suo bisogno di mettere in relazione se stesso con il mondo circostante.



Molta della realtà che lo circonda sfugge, però, alle sue spiegazioni logiche. E ciò che sfugge (o sembra sfuggire) a una comprensione logica può soltanto “sentirsi”, intuirsi (o sembrare intuibile), e per farlo diventa necessario che sia rappresentato. Si rappresenta perché possa percepirsi e si percepisce perché rappresentato.

Questa sorta di fatica di Sisifo, che sta tutta nell'incessante spola tra l'*io* e l'*altro* che l'uomo deve compiere, si poggia sulla possibilità di un'astrazione: l'*altro* può essere conosciuto solo attraverso una rappresentazione, un simulacro, una sorta di schermo che, come con le ombre cinesi, sia in grado di farcene scorgere anche soltanto i contorni.

È lo schermo dell'*io*. Lo schermo della nostra individuale soggettività. Ed è uno schermo in cui confluiscono percezioni reali e immaginazioni.

La prova percettiva coinvolge la selezione di certi oggetti e proprietà dai molti altri che formano il territorio percettivo da cui quel particolare sistema percettivo sta assumendo informazioni. I contesti empirici, in tal caso, provengono dal mondo. L'immaginazione, per un altro verso, coinvolge un *riempire* (filling) un mondo immaginato con vari oggetti e proprietà scelte tra quelle che il soggetto afferra come rilevanti per il progetto immaginativo in questione. Percezione è questione di un credo guidato dal mondo (*world-driven belief*), mentre l'immaginazione consiste nella costruzione di un "mondo" guidato dal credo (*belief-driven "world"*).<sup>1</sup>

Ed è uno schermo, quello dell'*io*, che non può essere sfondato e, dunque, è per un verso il solo mezzo che abbiamo per conoscere l'*altro*, il *diverso*, quanto già non ci appartiene e costituisce, allo stesso tempo e per l'altro verso, il campo di percezione, le modalità percettive e il contesto immaginativo. Ma è anche – e allo stesso tempo – ciò che divide il *sé* dall'*altro*. Ciò che fonda e delimita l'*altro* in quanto diverso da *sé*. Tale schermo è tutto ciò che *possiamo* percepire e immaginare e, allo stesso tempo e allo stesso modo, costituisce anche il limite invalicabile di ciò che *riusciamo* o *vogliamo* percepire e immaginare.

Questo "indefinito", questo continuo rimando tra ciò che ci appare reale e quanto la realtà ci consente di immaginare è – come vedremo a proposito dell'analisi popperiana<sup>2</sup> sui linguaggi – il vero atto primario di distinzione tra l'uomo e l'altra materia vivente presente nel pianeta e si situa sul crinale della distinzione tra i valori Vero/Falso della funzione descrittiva del linguaggio umano.

Ma è una distinzione che è resa possibile solo da una *con*-fusione, dalla possibilità, cioè, di fondere assieme valori che sono opposti. Per poter decidere sul Vero e Falso, questi devono in qualche modo apparire assieme. Il che è quanto accade durante qualsiasi fenomeno narrativo: sappiamo che quello che ascoltiamo/vediamo è una finzione (cioè Falso), ma ci emozioniamo come se fosse reale (Vero).

A volte, e fin troppo spesso, la realtà che ci si presenta agli occhi diventa essa stessa il problema perché si veste di una "narratività" che vogliamo sfuggire. Diventa il quotidiano, diventa ripetitività che impedisce di capire.

<sup>1</sup> Bill Brewer, *Perception and Reason*, Clarendon Press, Oxford 1999, p. 226 (Tr. dell'A.).

<sup>2</sup> Cfr.: Capitolo terzo, *La produzione di narrativa audiovisiva*, p. 19 e segg.

Ed è allora che le rappresentazioni narrative (miti, favole, film, romanzi ecc.) diventano una tregua dalla realtà, oltre che una sua parte. Diventano una *vacanza*, una *festa dell'anima*.

[...] quell'occasione, quel momento sublime, ove la fede è "evidenza di immediata commozione, in base alla quale l'idea religiosa veniva sentita quale realtà", che corrisponde appunto alla 'festa'. In essa gli atti richiesti dalla tradizione si compiono "solo su di un piano di esistenza umana diverso da quello quotidiano". Infatti "uno sforzo puramente umano, un abituale adempimento del dovere, non è, appunto, festa". Durante questa, invece, "si è innalzati su di un piano, dove tutto è 'come il primo giorno', splendente, nuovo e 'primigenio' dove si è uniti agli dei, dove si diventa dei, dove spira un alito di creazione e dove si partecipa alla creazione. Questa è l'essenza della festa; e non esclude la ripetizione".<sup>3</sup>

Una *festa dell'anima* che l'uomo cerca incessantemente di far rivivere sullo (e mediante lo) schermo dell'*io*. E questa *festa* è un bisogno lungi dal potersi considerare secondario.

Dal racconto del mito che le tribù *bororo* si scambiano accovacciate in circolo attorno al fuoco, alle grandi epopee omeriche e via via, dalla poderosa tragedia fino al racconto dei menestrelli, dal carro di Tespi fino alla nostra amata-odiata tv, questa necessità di vivere l'*altro* per meglio vivere se stessi non ha conosciuto soluzione di continuità.

Ciò che cambia, come suggerisce Fromm, sono solo le forme degli artefatti comunicativi. E, in termini economici, ciò che cambia non è il bisogno, ma la forma dell'artefatto che ci consente di soddisfarlo e i metodi di produzione volti a ottenerlo.

I nostri antenati avevano infatti ritmi di vita e senso dello spazio e del tempo molto diversi da quelli che l'uomo moderno, verso la fine del secolo XIX, cominciava a percepire come peculiari alla propria cultura.

Il mondo moderno, così violentemente condizionato dalla necessità di comunicare in modo rapido e dinamico, ha fuso due fattori e cioè l'immagine (concetto) e il suono (la parola); ma non attraverso una semplice somma (immagine più parola), bensì aggiungendo a ciascuno di essi i particolari requisiti dell'altro, sicché ne è scaturita una nuova forma di comunicazione nella quale l'immagine ha assunto il dinamismo e la mobilità della parola e questa la chiarezza e l'universalità dell'immagine. È nata così una nuova arte del comunicare, sono nati i linguaggi audiovisivi, cioè gli strumenti del linguaggio totale<sup>4</sup>.

In quel mondo, già sul punto di essere dominato dall'idea della *macchina*, la nuova *festa dell'anima* doveva anch'essa, in qualche modo, obbedirvi.

<sup>3</sup> Mario Untersteiner, *Le origini della tragedia e del tragico: dalla preistoria a Eschilo*, Einaudi, Torino 1955, p. 58 e segg.

<sup>4</sup> Rodolfo Tritapepe, *Linguaggio e tecnica cinematografica*, San Paolo, Milano 1989, p. 7.

Nasce il cinema, una *macchina* capace, per un verso, di interpretare e rappresentare l'idea della riproducibilità caratteristica della forma produttiva che sta prendendo il sopravvento sulle altre – l'industria – e per l'altro, di costituire per l'uomo una *globalità della festa* che non ha precedenti.