

Marco Bertozzi (Università IUAV di Venezia)

Il culto della fotografia, dal diva system al mito del selfie

In questo intervento cercherò di illustrare un possibile ribaltamento del paradigma divistico classico attraverso la diffusione e la volgarizzazione dell'esperienza fotografica. Lo farò in due atti: nel primo partirò dall'apporto tradizionalmente associato al Neorealismo cinematografico, quello per cui entrarono nei film anche persone comuni e attori sociali, nella parallela assunzione di uno stile meno controllato, prossimo alla vita reale, da parte degli attori professionisti; nel secondo cercherò di osservare l'anima contemporanea del «do.it» fotografico, una filosofia molto operativa, che brilla fra i nativi digitali e diviene banco di prova per l'osservazione di nuovi tribalismi iconici. Oggi farsi foto al volo, senza troppe pretese artistiche, sembra rientrare in quell'idea di *Reality Hunger* (fame di realtà), ben illustrata da David Shields nel suo omonimo libro¹: l'idea che sia finalmente possibile vivere l'esperienza della frammentarietà, del contingente, dell'autobiografico e che la facilità fotografica del digitale – con la sua produzione 'grezza', non censurata, non professionale – rappresenti una liberazione dai paradigmi della fotografia tradizionale.

1. *Sono (quasi) come noi*

Un aspetto storicamente associato al Neorealismo è quello dall'avvicinamento progressivo fra attori e spettatori: modalità che non esautorava fenomeni divistici – pensiamo ad Anna Magnani o Alberto Sordi – ma confonde le carte della rappresentazione, coinvolgendo la cultura visuale post-bellica in un nuovo eroismo quotidiano. Come se l'immagine dell'attore non venisse più costruita in funzione dei personaggi da interpretare, ma fossero le caratteristiche precipue di quell'attore, il suo temperamento, a offrire credibilità ai personaggi della finzione: «personalità anfibia», secondo la bella definizione di Cristina Jandelli, per indicare quegli attori che vanno ben oltre la semplice interpretazione dell'opera cinematografica e diventano paradigmi di lettura

¹ D. SHIELDS, *Fame di realtà. Un manifesto*, Fazi, Roma 2010 (ed. or. *Reality Hunger: A Manifesto*, Knopf, New York 2010).

di un'epoca, delle sue istanze sociali e dei suoi modelli culturali². Una necessità che si osserva sin dall'atto di nascita del Neorealismo, quando Rossellini immagina un documentario sull'uccisione di due sacerdoti – Don Pappagallo e Don Morosini – che diventerà poi *Roma città aperta* (1945); o, ancora, nel film che secondo la «periodizzazione breve» sarebbe l'atto conclusivo del Neorealismo³, *La terra trema* (1949), laddove Visconti parla di «un racconto esclusivamente per immagini» su pescatori, contadini e solfatarici: «il documentario in questione dovrà avere il tono e il significato di un pamphlet sociale»⁴. E solo successivamente decide di tramutare il soggetto per un documentario sui lavoratori siciliani, *Appunti vari per un documentario da girarsi in Sicilia*, in quel capolavoro recitato che è *La terra trema*⁵.

Anche per Mino Argentieri:

«se sino agli anni Quaranta le divinità dello schermo furono spiritualizzate o incarnarono una prepotente venustà fisica, eccezionali doti di seduzione e aspirazioni irraggiungibili dall'uomo della strada, nel secondo dopoguerra sono state accorciate molte distanze e ha avuto il definitivo sopravvento un registro più prossimo all'esperienza comune»⁶.

Certo, nessuna ode alla verosimiglianza, la cui immediatezza è stata spesso scambiata per uno specchio della realtà (un mondo già dato, che sarebbe stato sufficiente cinematografare e che avrebbe offerto un cinema essenzialmente 'documentario'). La definizione di reale filmico resta prodotto dell'interazione fra forme del testo e aspettative culturali e lo osserviamo bene nella serie di film collettivi ideati da Cesare Zavattini, teoricamente permeati da un'innovativa idea di cinema della realtà e da un antispettacolare legame con le culture popolari. Opere come *L'amore in città* (M. ANTONIONI, F. FELLINI, F. MASELLI, C. LIZZANI, A. LATTUADA, D. RISI, 1953) e *Siamo donne* (G.

² C. JANDELLI, *Breve storia del divismo cinematografico*, Marsilio, Venezia 2007.

³ Per le periodizzazioni storiografiche del Neorealismo rimando all'importante ricerca di Stefania Parigi, *Neorealismo. Il nuovo cinema del dopoguerra*, Marsilio, Venezia 2014.

⁴ Cfr. la lettera di Visconti pubblicata in «*La terra trema*» di Luchino Visconti/*Analisi di un capolavoro*, a cura di L. Micciché, Philip Morris Progetto cinema-Lindau, Roma-Torino 1994, pp. 41-42.

⁵ Nonostante alcune modalità (i tempi lunghi, le modifiche in corso d'opera, i tratti da indagine antropologica, gli scenari «dal vero»...) avvicinino le due produzioni a orizzonti che oggi potremmo definire "documentari", lo slittamento verso la finzione sembra raccontarci una più ampia difficoltà estetica, in cui tutto doveva probabilmente risultare più protetto e garantito. Le due opere sembrano cioè privilegiare il realismo come «teatralizzazione», piuttosto che come «rivelazione» del mondo.

⁶ M. ARGENTIERI, *Divismo*, in Enciclopedia Treccani, <http://www.treccani.it/enciclopedia/divismo_%28Enciclopedia-Italiana%29/> (ultimo accesso 30.03.2016).

FRANCIOLINI, A. GUARINI, R. ROSSELLINI, L. VISCONTI, L. ZAMPA, 1953) traggono spunto da storie «prese dalla vita vera» ma vengono spesso trasformati in soggetti per tradizionali film di finzione⁷. L'incipit di *Siamo donne* – con la massa di giovani candidate al concorso di Miss Cinema – instaura un fecondo rapporto dialettico con gli episodi a seguire, sulla vita comune di celebri dive. Se le semplici popolane partecipanti al concorso irrompono in scena con una stupefacente forza antropologica, Alida Valli, stanca della sovraesposizione divistica, si sforza di essere una donna qualunque e si reca alla festiciola della sua massaggiatrice-amica. Una questione di pathos, un «essere con» emotivamente, un (apparente) «mostrarsi per quello che si è» diviene una delle categorie più potenti di quel cinema: un orizzonte percettivo capace di lavorare in trasferta e misurarsi con opere diverse ma accomunate da un medesimo sentire.

Si tratta di una dimensione culturale fondamentale, evidente nei documentari di pronto consumo. Interessante osservare questi film perché nella quotidianità della fruizione cinematografica di quegli anni, e nell'apparente naturalità del loro linguaggio, diventano testi fondamentali per illustrare il cambiamento in atto: opere che evidenziano le battaglie negoziali nell'edificazione di architetture mentali a cavallo tra tradizione e modernità. In un documentario come *Concorso di bellezza* (V. MARINUCCI, 1955), il mutamento dell'aspetto divistico emerge pienamente: ormai anche le persone comuni ambiscono a un'ora di celebrità, in un Paese pieno di concorsi per miss e di servizi dedicati a divi di fotoromanzi emersi dal nulla⁸. Così, l'incipit del film ricorda che «I libri di testo sono alla portata di tutte le tasche e di tutti gli sguardi». Ecco riviste, rotocalchi, giornali a fumetti: sono citate la pittura e il disegno, poi osserviamo negozi di apparecchi fotografici, in una cultura visuale in piena espansione iconica: dove ognuno, partendo dalla propria storia, si sente degno di essere rappresentato. Aspetti che osserviamo ancor meglio in *Modelle d'oggi* (1957), nello stile leggero e scanzonato di Vittorio Sala. Il film intercetta il medesimo cambiamento culturale. Gina e Luisa lasciano Anticoli Corrado, un paesino del Lazio che esporta modelle per i celebri pittori di via Margutta, e cercano fortuna a Roma. Pur se per

⁷ E ciò, nonostante Zavattini evochi un cinema che irrompa nel mondo per «seguire novanta minuti consecutivi nella vita di un uomo». C. Zavattini, *Relazione al convegno internazionale di cinematografia* – Perugia, 24-27 settembre 1949, ora in AA.VV., *Sul Neorealismo. Testi e documenti (1939-1955)*, Quaderno informativo (59), X Mostra Internazionale del Nuovo Cinema, Pesaro 1974, p. 108.

⁸ Vinicio Marinucci era un vero esperto di giurie: critico cinematografico, aveva presieduto le giurie della rinata Mostra del cinema di Venezia, dal 1946 al 1948. Successivamente ne fu membro in varie edizioni.

molti padri di famiglia si tratta ancora di lavori disdicevoli, nel film si fa strada l'idea che la donna possa vivere con impieghi legati all'apparire, come la *mannequin* o la figurante: ora alle donne è concesso lavorare fuori casa e il sistema moda italiano, così come il cinema o la fotografia, garantiscono nuove attività. Lavori dinamici e moderni, espressi comunque da una voce narrante portatrice di valori tradizionalmente maschili ed esteticamente legati alle arti tradizionali, sentite pericolosamente in declino: «In fondo, secondo alcuni, tanto Luisa che Gina fanno ancora dell'arte. Oggi c'è tanta confusione, il cinema, la moda, tutto, con un po' di buona volontà, viene chiamato arte».

Se molti film testimoniano questi passaggi epocali, anche alcuni sviluppi medialità – come la progressiva diffusione del film amatoriale, o la nascita di nuovi generi, come l'inchiesta televisiva a fine anni cinquanta – rafforzano una specie di diritto alla rappresentazione capace di desacralizzare modelli del divismo classico. Un nuovo incontro fra usi privati e usi pubblici delle immagini, fra storie personali, convenzioni comunicative e sfere sociali: pragmatiche del «reale» che spostano frammenti del visibile da un gruppo ad un altro, in spazi di continua rimediazione patemica. Fondamentale l'apporto 'naif' di masse di fotografi e cineoperatori di famiglia: la possibilità di riprendere rituali comuni, i propri cari, la propria casa sembra seguire le indicazioni di Zavattini in merito all'andare incontro alla realtà, al pensare a un cinema di tanti per tanti, dotandosi di tecnologie leggere per un cinema fuori dagli schemi industriali. Una storia 'dal basso', ancora completamente da scrivere, in cui il progressivo slittamento verso l'ammissibilità dell'autorappresentazione risulta fondamentale. «Cinegiornali liberi» ben aldilà delle intenzioni politiche e massmediali zavattiniane⁹: esperienze a bassissimo costo, particelle filmiche pulviscolari dove si può aspirare a «un cinema senza titoli» o a «un cinema a costo zero», a «un cinema insieme» o a «un cinema subito», a «un film inchiesta autobiografico» o a «un cinema di tanti per tanti» (non un cinema di casta per tanti)¹⁰.

Anche la televisione italiana gioca un ruolo importante nell'affermazione dell'«identità qualunque» e lo fa soprattutto grazie alle cosiddette «inchieste filmate», come *Viaggio nella valle del Po. Alla ricerca dei cibi genuini* (M. SOLDATI, 1957, 4 puntate), *La donna che lavora* (U. ZATTERIN, 1959, 8 puntate),

⁹ Per Zavattini il cinema dovrebbe essere arte sociale, nel senso più ampio della parola: già nel 1942 sostiene la necessità di impadronirsi dei mezzi cinematografici mettendoli alla portata di molti individui, come altre attività artistico-creative 'casalinghe'. Si veda lo scritto di Zavattini *Un minuto di cinema*, raccolto in *Polemica col mio tempo*, a cura di M. Argentieri, Bompiani, Milano 1997.

¹⁰ Rimando a *Cinenotizie in poesia e prosa. Zavattini e la non-fiction*, a cura di T. Masoni, P. Vecchi, Lindau, Torino 2000.

Noi come siamo. Dialoghi con gli italiani (V. SABEL, 1960, 7 puntate), *Chi legge? Viaggio lungo il Tirreno* (M. SOLDATI E C. ZAVATTINI, 1960, 8 puntate), *Giovani d'oggi* (C.A. CHIESA, 1960, 8 puntate), un programma che implica la 'collaborazione' dei giovani e che sottintende un mutato ruolo del paesaggio sonoro: ora la parola detta non è solo fuori campo ma coinvolge direttamente l'intervistato, i suoi dubbi, le sue sgrammaticature linguistiche¹¹. Modalità come l'intervista o «il cosiddetto montaggio lento o lungo, che tende a conservare alle riprese il loro respiro naturale; l'impiego dell'obbiettivo trasfocatore, che permette di passare, senza soluzione di continuità, dal "campo lungo" al "primo piano"»¹² consentono di passare dalle convenzioni classiche del tempo cinematografico – con salti, tagli, ellissi – a un tempo prossimo a quello della vita quotidiana, un tempo sovrapposto a quello del 'normale' fluire dell'esistenza.

2. Siamo (quasi) come voi

Nel processo di transizione al digitale il ritratto fotografico subisce una espansione senza precedenti. Con l'avvento della fotografia digitale e i cellulari con fotocamera, una incessante produzione di ritratti dal basso diventa onnipresente: una pulsazione/ossessione che coinvolge l'uomo qualunque come i divi dei nostri giorni, le stelle del pop, dello sport, ma anche astronauti o politici che ci sommergono ormai con una modalità iniziata con Myspace¹³. A quei tempi si trattava piuttosto di un autoritratto, spesso con un flash accecante e scattato davanti allo specchio di un bagno, con una connotazione quantomeno adolescenziale¹⁴. Sterminati atlanti fotografici si

¹¹ Si veda A. ZORZI, *Giovani d'oggi*, «Radiocorriere TV», n. 9, 1960, in *Schermi d'autore. Intellettuali e televisione (1954-1974)*, a cura di A. Grasso, Rai ERI, Roma 2002, p. 129.

¹² L. CASTELLANI, *Il cine-occhio ha quarant'anni*, «La rivista del cinematografo», n. 4-5, aprile 1962, p. 128.

¹³ La versione attuale di Myspace è stata fondata nel 2003 da Tom Anderson (studente dell'Università della California, Berkeley e dell'Università della California, Los Angeles), e Chris DeWolfe (laureato all'University of Southern California's Marshall School of Business). L'avvento di social network come Facebook e Twitter ha gradualmente soppiantato Myspace come piattaforma utilizzata per profili e blog personali. Nonostante questo, per diverso tempo il sito ha continuato ad essere una vetrina per i gruppi musicali, per via della possibilità di caricare file mp3 che, nei primi tempi, era preclusa ad altri social network. Nel 2013, Myspace ha riaperto, con un design rinnovato, la possibilità di ascoltare musica gratis e di aprire la propria stazione radio.

¹⁴ <http://d.repubblica.it/attualita/2013/11/14/news/a_selfie_ritratti_autoscatto-1887248/> (ultimo accesso 30.03.2016).

acalcano ora sui social media, nell'esaltazione del «Non ho niente da dire e ve lo mostro» (parafrasi di « I have nothing to say and I am saying it», John Cage), ma chi scatta rivendica un ruolo attivo, di creatore di una narrazione visiva, panica, effusiva, anche nella innegabile parzialità di un volto smarrito nella galassia del web. Una modalità in bilico fra modelli stereotipati e aperture a varie opzioni possibili – sarà vero che tanto più uno si sforza di apparire tanto più lascia spazio a una dimensione impersonale?¹⁵ – con una viva presenza della funzione metanarrativa, capace di ammettere sfasature, errori, disordini iconici¹⁶. Si tratta di una semiosfera che dal 1990 esplose grazie a programmi come *Video Nation Network*, con cui la BBC crea un contenitore in cui chiunque può mostrare video che parlano della propria vita, che si sviluppa narcisisticamente con i vari *Big Brothers* e che trae sorprendente linfa dall'espansione di siti di condivisione delle immagini – dopo MySpace, You Tube, dal 2005, Facebook, dal 2007, Instagram, dal 2010.

Certo, l'auto-ritratto non è una novità e la storia dell'arte ce lo insegna. Da Leonardo a Rembrandt, da Van Gogh a Frida Khalo, alcuni fra i dipinti più celebri rappresentano gli artisti stessi e proprio per sintetizzare questo aspetto *Culture in Theory*, rivista online e piattaforma di condivisione delle culture nei loro aspetti più creativi, ha recentemente illustrato un articolo sul selfie con una celebre donna di Veermer allo specchio, dotata di telefonino in mano, in procinto di scattare¹⁷. E anche per la storia della fotografia il selfie non è nulla di nuovo¹⁸. Nonostante il termine sia stato considerato parola dell'anno 2013 e sia entrato nell'Oxford Dictionary (la definizione ufficiale è: «Autoscatto fatto usando uno smartphone o una webcam e poi pubblicato sul web»)¹⁹, ciò che rappresenta fa parte di un desiderio/modalità di rappresentazione ormai storicizzata, sin dal regno della fotocamera Brownie, prodotta dal febbraio del 1900²⁰.

¹⁵ È una della tesi di *Vite impersonali. Autoritrattistica e medialità*, a cura di F. Villa, Luigi Pellegrini, Cosenza 2012.

¹⁶ Per una storia dell'autobiografia rimando a F. D'INTINO, *L'autobiografia moderna. Storia, forme, problemi*, Bulzoni, Roma 1999.

¹⁷ <<http://cultureintheory.com/>> (ultimo accesso 30.03.2016).

¹⁸ Il termine *selfie* è stato coniato intorno al 2002 ed è divenuto in poco tempo di uso universale. Grazie alla diffusione dei social network e degli smartphone, dotati di obiettivo fotografico e tenuti a braccio teso, è sufficiente un click per condividere l'immagine con la propria rete di contatti.

¹⁹ Secondo le ricerche condotte da Oxford Dictionaries nel 2013, la frequenza di *selfie* nella lingua inglese è aumentata del 17.000% rispetto all'anno precedente. Si veda <<http://blog.oxford-dictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/>> (ultimo accesso 30.03.2016).

²⁰ *Brownie* è il nome di una popolare serie di camere a buon mercato prodotte dalla Kodak Eastman. Il primo modello venne promosso con lo slogan «You push the button,

Una delle prime testimonianze di autoscatto riguarda la Granduchessa Anastasia Nikolaevna, quartogenita dello Zar Nicola II di Russia, che a tredici anni è probabilmente la prima adolescente a inviare un autoritratto a un amico, nel 1914. Interessante la nota che accompagna lo scatto: «Ho scattato questa fotografia di me stessa guardandomi allo specchio. È stato molto difficile perché le mie mani tremavano»²¹. Anastasia Nikolaevna esprime una modalità tenera e, congiuntamente, modernissima, che valica la rappresentazione naturalistica per sancire il valore esperienziale dell'atto. Accogliendo una messa a fuoco incerta, una composizione non lavorata, una attitudine non professionale e non censurata, esprime i prodromi di una cultura visuale disponibile all'imprevisto, capace di accogliere il rischio artistico e l'urgenza espressiva. Parte dall'autobiografico per giungere ai confini fra finzione e realtà. Supera l'aspetto mimetico della fotografia rendendo poroso il riferimento al corpo fotografato, a se stessa in quanto reale. D'altronde, Antoine Compagnon ci ricorda come si possa tradurre il termine aristotelico *mimesis* «con "imitazione" o con "rappresentazione" (la scelta di una traduzione o dell'altra è di per sé un'opzione teorica), "verosimile", "finzione", "illusione", o anche "menzogna", e naturalmente "realismo", "referente" o "referenza", "descrizione". Non faccio altro che enumerarli, per dare un'idea di quanto siano grandi le difficoltà»²². Per questo il selfie appare, paradossalmente, un invito al superamento della realtà dura (qualcuno direbbe «inemendabile»), per riavvicinarsi alla pittura: ecco, «Ceci n'est pas une pipe»²³ e «questo non è (solo) il mio autoritratto». Attraverso la dimensione artistica appare chiaro che il selfie non è unicamente un passatempo adolescenziale quanto, piuttosto, una questione figurativa irrisolta, pienamente accolta dalle prospettive dei *Visual Studies* (proprio nel loro interessarsi ai processi di senso e di mediazione che una società affida alle immagini)²⁴. Qualcosa di apertamente dialogico, in cui il «discorso si costituisce attraverso dei rimandi e delle riappropriazioni, grazie a dei confronti e a dei furti, mettendo in scena voci proprie e voci altrui, attraverso movimenti centrifughi e centripeti»²⁵. Una sfida teorica, fra iper-personalizzazione dell'atto e sciami estetici collettivi,

we do the rest».

²¹ «I took this picture of myself looking at the mirror. It was very hard as my hands were trembling», <<http://www.alexanderpalace.org/palace/adiaries.html>> (ultimo accesso 30.03.2016).

²² A. COMPAGNON, *Il demone della teoria. Letteratura e senso comune*, Einaudi, Torino 2000, p. 101.

²³ Il titolo del celebre quadro di Magritte, in cui alla rappresentazione pittorica di una pipa viene aggiunta, nella parte bassa della tela, la scritta *Ceci n'est pas une pipe*.

²⁴ F. FAETA, *Fotografi e fotografie. Uno sguardo antropologico*, Aracne, Roma 2006.

²⁵ F. CASETTI, *Prefazione*, in *Vite impersonali*, a cura di Villa, cit., p. 12.

esaltati dalla transizione al digitale; per cui il gesto autoritrattistico sta fra «un fare il cui senso si esaurisce tutto nell'azione, che si esplica nel presente immediato, senza memoria e senza prospettiva»²⁶ e una forma culturale condivisa, un idioletto interclassista capace di unire cultura alta e cultura bassa. Certo, si tratta di un banco di prova per il quale non sembrano sufficienti i profetici scritti di Guy Debord sulla «Società dello Spettacolo» o le brillanti considerazioni di Le Goff su uomini, tecnologie e mentalità. Nel campo sociale contemporaneo,

«*L'hommo digitalis* è tutt'altro che un "Nessuno": egli conserva la sua identità privata persino quando si presenta come parte dello sciame. Si esprime in modo anonimo, ma di norma ha un *profilo* e lavora senza posa all'ottimizzazione di sé. Invece di essere "Nessuno" è insistentemente *Qualcuno* che si espone e ambisce all'attenzione...»²⁷.

Anche la rappresentazione fotografica del divo è ormai completamente interscambiabile con quella della gente comune. A volte si tratta di potenzialità di marketing fiutate dalle *celebrities* per avvicinarsi ai loro fan e aumentare la popolarità²⁸. Democratizzare il personaggio, abbattere le distanze tra sé e il pubblico è una strategia di avvicinamento empatico che arriva sino alla spogliazione totale dell'immagine divistica nell'*Ill-Selfie*. Fotografarsi ammalati o distrutti, mostrandosi in condizioni critiche, dopo una malattia (come Pamela Anderson circondata da farmaci, aspirine, ghiaccio) o dopo un incidente (Waine Rooney, il calciatore del Manchester United, che posta il suo volto dopo un infortunio calcistico) umanizza il divo e sembra renderlo proprio come noi: anche le *celebrities* soffrono e sulla scia dei propri beniamini non sembra esserci nessuno che resista alla tentazione di postare autoscatti che raffigurano se stessi (o parti di se) da soli, o ammalati o straziati dall'abbandono del fidanzato. La moda del *selfie* è così pervasiva che ha la capacità di intervenire a posteriori, attraverso ludiche falsificazioni, per ridefinire scatti celebri della storia della fotografia. *The Cape News*, un quotidiano del Sudafrica, ha recentemente 'ringiovanito' la propria immagine trasformando alcune fotografie in *mocku-selfie*: Jackie

²⁶ S. PEZZANO, *Estensione. Il gesto autoritrattistico dalla Body Art alla Rete*, in *Vite impersonali*, a cura di Villa, cit., p. 253.

²⁷ B.-C. HAN, *Nello sciame. Visioni dal digitale*, Nottetempo, Roma 2015, p. 23.

²⁸ Sono ormai famose le *duck face* o le *kissy face* che inflazionano i profili Instagram, Twitter e Facebook delle star più note. Il 2014 è l'anno in cui il termine *selfie* passa da uno slang giovanile ad un termine social. È Ellen DeGeneres, attrice statunitense, che nel ruolo di presentatrice alla notte degli Oscar 2014 twitta quello che in pochi secondi diventerà «il selfie più ritwittato della storia».

Kennedy in tailleur che si scatta una foto in auto, Churchill che allunga lo smartphone nella mano libera dal sigaro, il matrimonio dei principi d'Inghilterra, Kate e William, immortalati da un impossibile autoscatto. Se l'idea alla base del selfie è la spontaneità, spesso questo ritratto-souvenir è il massimo dell'artificio, per cambiare, mistificare, apparire meglio di quel che siamo. Anche perché in anni di convergenza mediale si è velocemente affermata una estetica internazionale che Byung-Chul Han, in analogia con l'inconscio-ottico, definisce «inconscio digitale». Uno spirito collettivo molto contemporaneo, in cui

«lo psico-potere è più efficace del biopotere in quanto sorveglianza, controllo e influenza gli uomini non dall'esterno ma dall'*interno*. Richiamandosi alla loro logica inconscia, la psicopolitica digitale si impossessa del comportamento sociale delle masse. La società della sorveglianza digitale [...] sviluppa comportamenti totalitari: ci consegna alla programmazione psicopolitica e al controllo. Finisce, in tal modo, l'era della biopolitica. Entriamo oggi nell'era della psicopolitica digitale»²⁹.

Considerazioni apocalittiche? Penso ci sai un lato oscuro del Selfie, la sua anima sotterranea, che meriterebbe qualche riflessione in più. Ricollegandosi al processo di liberazione dell'immagine iniziato con il Neorealismo e che oggi altre derive artistiche, come quelle legate alla Mobile Art, stanno cercando di attraversare, emerge un riconoscimento che valica il 'funzionale', l'identitario in stile giuridico o fisico-antropologico: per conoscere ciò che il documento (d'identità?) non ci dice, qualcosa di invisibile, di sotterraneo. Parafrasando il titolo di una mostra e di un libro di Jean Luc Nancy – dedicati all'*Altro ritratto* – penso all'Altro selfie, quello sganciato dei riflettori della società dell'apparire, nel desiderio di cercare significanze laddove parrebbero esserci solo rappresentazioni³⁰. Se al primo livello scrutiamo il selfie solo come icona canonizzata e mercificata – in cui «il *socius* cede il passo al *solus*; non la moltitudine, quanto piuttosto la solitudine contraddistingue la forma sociale odierna, sopraffatta dalla generale disgregazione del comune e del collettivo»³¹ – basta poco per individuare nel *selfie* qualcosa di perturbante, capace di scombusso-lare il quadro della realtà ritratta, sottraendola alla sua serialità abitudinaria. Pensare all'*altro selfie* come qualcosa di inaspettato, che incrocia un desiderio e scompagina la realtà fisica, risvegliandoci dal sonno ermeneutico del già visto. È possibile?

²⁹ HAN, *Nello sciame*, cit., pp. 97-98.

³⁰ J.-L. NANCY, *L'Autre Portrait*, Galilée, Paris 2014.

³¹ HAN, *Nello sciame*, cit., p. 27.

In questa accezione, l'apertura del selfie al visibile diviene esperienza pulsante, in grado di sperimentare una contemporaneità attratta da forme non banali dell'autobiografismo. Penso alla National Portrait Australia Gallery, con il suo «Digital Portraiture Award». O al Museum of Modern Art di New York che ha recentemente presentato una installazione dell'artista Patrick Specchio dal titolo *Art in Translation: Selfie, The 20/20 Experience*. Nella convinzione che il *selfie* sia utile a esplorare un nuovo concetto di individualità e diritto all'artisticità contemporanei, i visitatori di un condominio venivano invitati a entrare in un ascensore nel quale un grande specchio rifletteva la loro immagine; e a scattarsi autoritratti con una macchina fotografica messa a loro disposizione. Scatti autoprodotti che venivano poi utilizzati quale materiale artistico da Patrick Specchio.

Il selfie che ci turba sembra rimandare a uno spazio creativo della visione che, al tempo stesso, coniuga ragioni storico-artistiche con modalità che accompagnano lo sviluppo delle tecnologie. Oggi potremmo pensare alla Mobile Art, con istanze espressive legate all'istantaneità e a situazioni che amplificano l'immediatezza del gesto: o al selfie come aspetto emotivo di una spinta pulsionale, di natura inconscia. Una sintesi immediata in cui inquadro, scatto, rivedo e attraverso il campo sociale del *network* condivido. Siamo egoisti? O stiamo ampliando il valore della nostra esperienza da evento personale a fatto sociale? Alcuni considerano la coazione a self-documentarci una gratuita e iperbolica forma di narcisismo, quasi una generazionale epigrafe testamentaria, in anni di esaltato autobiografismo digitale. Ma visto che siamo solo noi umani a farlo e visto che, la storia della pittura e della fotografia insegnano, lo abbiamo sempre fatto, non si tratta forse di rendere la nostra evanescente esistenza un po' più concreta, nel vano tentativo di ottenere l'immortalità? E se il selfie soddisfacesse una necessità maggiore, un impulso ad autorappresentarci che dice qualcosa di profondo circa la nostra natura? Tutti conoscono il *koan* buddista: «Se un albero cade nella foresta senza che ci siano spettatori alla scena, l'albero produce un rumore cadendo?». Oggi potremmo forse chiederci: «Nell'era del *social networking*, se non c'è nessuno a condividere una foto di noi stessi, esistiamo ancora?».