

Da: *Domenico Bianchi, Alan Charlton, Günther Förg, Barbara Kruger, Toon Verhoef*, a cura di R. Fuchs, J. Gachnang e C. Mundici, catalogo della mostra (Rivoli-Torino, Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea, 6 ottobre - 3 dicembre 1989), Castello di Rivoli, Museo d'arte contemporanea, Rivoli-Torino 1989, pp. nn.

Senza titolo

Jean Baudrillard

Come è avvenuto a Utopia, tutte le utopie del secolo passato e del nostro, diventando reali, hanno recato dalla realtà la realtà, lasciandoci in una iperrealità priva di significato, perché il significato e la finalità della realtà hanno finito con l'essere assorbiti e digeriti. L'unico residuo di realtà è una superficie senza profondità, ma con un'intensa energia superficiale che è sufficiente a spingere i frammenti della realtà in un'orbita differente. Nessuno sa quale misteriosa attrazione gravitazionale leghi ancora gli sparsi frammenti della realtà. Forse la sola tecnologia conserva una costellazione di significato e di realtà. Di conseguenza, tuttavia, l'ironia è passata dentro le cose. Non è più una funzione critica, uno specchio che rifletta l'incertezza, la probabile assurdità del mondo. Ai nostri giorni l'ironia è inerente alle cose, è diventata un'ironia oggettiva. Gli oggetti correnti diventano prodotti eseguiti dall'uomo: artefatti, segni, merci, essi svolgono una funzione artificiale e ironica tramite la loro effettiva esistenza, la cui origine è trasparente. Non dobbiamo più proiettare l'ironia in un mondo naturale; non abbiamo più bisogno di uno specchio esterno che offra al mondo l'immagine del suo doppio. Il nostro universo ha inghiottito il suo doppio, diventando perciò spettrale, trasparente. E l'ironia di questo doppio incorporato esplose in continuazione, in ogni minimo frammento dei nostri segni, in ogni particolare dei nostri modelli. Non dobbiamo più fare quello che hanno fatto i surrealisti: giustapporre oggetti con l'assurdità delle loro funzioni, in una irrealtà poetica. Gli oggetti adesso si assumono in piena autonomia la responsabilità di diventare ironicamente chiari nel loro significato. Le cose abbandonano il proprio significato senza alcuno sforzo. Non dobbiamo più sottolineare l'artificio o il nonsenso; essi costituiscono infatti parte della concreta rappresentazione delle cose, parte della loro visibilità.

Oggi le cose sono condannate all'apparenza. Dal momento che non hanno un'origine e che derivano da alcuni modelli generali, le cose non hanno segreti. Esse sono destinate alla pubblicità, a rendersi credibili, ad essere viste e promosse. Il nostro mondo moderno nella sua più intima essenza (o piuttosto nella sua trasparenza) è un mondo di pubblicità. Si potrebbe pensare che sia stato inventato esclusivamente per essere pubblicizzato in un mondo diverso. Non dovremmo credere che la pubblicità venga dopo i prodotti. Proprio al cuore delle merci (e, per estensione, proprio al cuore del nostro intero universo di segni) c'è un malvagio genio della pubblicità, un furfante, che ha integrato la buffoneria delle merci con la loro messa in scena, con il loro allestimento. Uno sceneggiatore ingegnoso (forse lo stesso capitale) ha attratto il mondo in una fantasmagoria, e noi tutti siamo le sue vittime ammaliate. Oggi tutte le cose vogliono essere mostrate chiaramente. Gli oggetti della tecnologia, dell'industria e dei media, in effetti ogni tipo di manufatti, perfino gli oggetti naturali, desiderano comunicare un messaggio, essere visti, letti, registrati, fotografati. Tu pensi solamente di stare fotografando una scena o un paesaggio. La scena o il paesaggio, in realtà, desiderano essere fotografati. Ciò ti condiziona: tu sei solo una comparsa teatrale in una messa in scena, segretamente mosso dalla perversione di autopromozione del mondo circostante. Questa è

l'ironia - potrei quasi essere tentato di dire l'ironia patafisica - della situazione. La metafisica è al momento spazzata via dal rovesciamento della situazione: il soggetto non è più all'origine del processo; è esclusivamente l'agente dell'oggettiva ironia del mondo. Barbara Kruger potrebbe offrire «IO NON SARÒ IL TUO SPECCHIO» come l'epitaffio di questo autentico sovvertimento dell'universo tradizionale per questo nuovo ordine - o disordine ironico - di cose. NOI NON SAREMO PIÙ IL TUO ATTO DI SPARIZIONE PREFERITO. Un'affermazione difensiva che, come quasi tutte le espressioni di Barbara Kruger, personalmente io modificherei in termini offensivi: TU SARAI IL NOSTRO ATTO DI SPARIZIONE PREFERITO! TU SARAI IL NOSTRO SPECCHIO. Ciò illustrerebbe la rivincita ironica e trionfante dell'oggetto piuttosto che la sfortunata rivolta del soggetto.

Ma questa è solamente una maniera di parlare. Il messaggio trasmesso da queste immagini non è mai un messaggio veritiero. Fortunatamente per noi, potrei aggiungere. Infatti, se il peso delle parole fosse da sommare allo shock delle fotografie, il risultato complessivo sarebbe di una ridondanza semanticamente insopportabile. Di conseguenza testo e fotografie si definiscono a vicenda ironicamente. Dietro a queste immagini ci sono gli ipertoni della formula di Magritte: «Ceci n'est pas une pipe» (Questa non è una pipa). Il testo afferma: «Questa fotografia non è una fotografia», ma allo stesso tempo la fotografia dice: «Questo testo non è un messaggio». Questo significa ciò che significa, ma questo (il messaggio politico, femminista e ideologico) non può essere fatto parlare a meno che non venga isolato dal complesso, e ciò sarebbe sleale e disonesto, perché allora non avremmo altro che profezie naïves o stereotipi banali. La singolarità di queste immagini è quella che il testo (che noi comprendiamo per primo, conformemente a una vecchia tradizione mentale di lettura) entra immediatamente in corto circuito per effetto dell'immagine, che, dal canto suo, non può smettere di imporsi in quanto testimonianza visiva totale o in quanto verità, giacché è intercettata e deviata dal testo. E nemmeno essa è la chiave per l'altro. Il testo e la fotografia funzionano insieme per produrre un'immagine reale, non per rafforzarsi l'un l'altra, bensì per annullarsi e ostacolarsi a vicenda. È l'ironia interna, la sottile contraddizione che scorre tra gli elementi del montaggio, a rendere il montaggio leggibile esteticamente. Ed è la dis-accumulazione, non l'accumulazione, dei significati che ci fa complici dell'immagine. Secondariamente, quest'ironia è resa più affilata dalla quasi surrealistica esorbitanza del montaggio.

In tutte queste immagini la fotografia e il messaggio appaiono come pannelli didattici o medici disegnati per spiegare la fisiologia o la patologia di una società ai bambini, agli handicappati o ai sordomuti dell'ideologia e si presentano quasi come immagini tattili per i ciechi. Senza dubbio ciò rivela che le nostre sono in realtà diventate delle società con una debole sensibilità ideologica, con una debole capacità di interpretazione: società diminuite nel significato e nella percezione del significato, handicappate per quanto riguarda il significato. Perciò possiamo allertare gli animi non con sottili geroglifici ma con geroglifici della Madison Avenue, la cui natura sfiorita mette a nudo la nostra situazione. Non diversamente, il continuo ammonimento per mezzo del TU, del NOI, dell'IO, l'imperativo categorico del pronome personale, svela una società con una debole identità. Il TU, l'IO, il NOI sono definiti solamente da un'antifrasi, che è essa stessa violentemente ironica perché si rivolge ad autorità che stanno ora scomparendo. Non credo che queste immagini creino una mobilitazione o una consapevolezza collettive. Se avessero un simile scopo politico, esse sarebbero naïves (naïves quanto lo è una pubblicità che reputi di comunicare un messaggio, laddove ai nostri giorni ogni qualsiasi testo è letto come un'immagine). Queste immagini non creano una profondità ideologica bensì una profondità ironica, tramite l'ingiunzione del TU e la sua ripetizione, che in realtà sottolinea l'assenza dell'altro, dell'interlocutore, o almeno la sua presenza problematica: è la litania di una società della comunicazione, che non comunica se stessa, in cui il mezzo di comunicazione esiste, tutti i media esistono, ma non un singolo messaggio può essere decifrato

collettivamente. O, piuttosto, tutti i messaggi esistono, completamente disponibili, ma non c'è nessuno a ricevere il segno. Una società in cui qualcuno cerca disperatamente di parlare a un altro, ma chi?

Ecco il modo in cui interpreterei questa veemente arringa femminile del maschile, o veemente interpellanza del potere, di tutti i poteri: IO SONO LA TUA IMMACOLATA CONCEZIONE. NOI SIAMO LA TUA PROVA CIRCOSTANZIALE. Esiste infatti ancora qualcosa di maschile a rispondere, esiste ancora un potere in grado di replicare? C'è ancora abbastanza differenza sessuale perché possa esistere una comunicazione antagonista? E quale bene può fare l'indurre il maschile ad ammettere - quando non ne ha più la forza - di essere il maschile? Il maschile può rispondere solo dissolvendosi, cosa che del resto ha già fatto. E allora che cosa? Analogamente, c'è ancora un qualcosa di simile a un rapporto di potere, una contraddizione politica abbastanza forte da produrre una sfida radicale e antagonista al potere? E quale vantaggio potrebbe esserci nel forzare il potere a riconoscere di essere potere proprio nel momento in cui non ne ha più i mezzi o l'energia politica? Così l'efficacia di queste immagini risiede, indubbiamente, non nella demistificazione politica o nella provocazione, ma nella definizione dell'assenza o del reale antagonista o delle masse e di conseguenza nel fatto di sottolineare l'irrealtà del nostro stato di cose. Mentre esagerano le aspirazioni di chi le recepisce, le immagini riflettono il matrimonio non consumato della comunicazione, la scrittura vuota di una politica dell'immagine. Ecco il motivo per cui il mezzo si scompone in un montaggio; il mezzo stesso non crede più alla nuda coerenza del proprio messaggio. Questo non gli fa perdere tutto il suo potere. Esso mantiene il suo superiore potere d'ironia, e attesta, a proprio dispetto, di esprimere significato anche quando non si può più dire nulla. IL MEZZO È BELLO.

Un'altra cosa che mi piace di queste immagini (immagini?) è il loro concreto rapporto con lo spazio circostante. È lecito immaginarsi quasi di ogni misura: convertite in miniature, come stampini o graffiti (potrebbero anche essere proposte come cartoline), oppure dilatate a manifesti o a enormi cartelli pubblicitari nel cuore di una città o a scritte tracciate da aeroplani su uno schermo di nuvole. Oppure, naturalmente, è possibile immaginarsi in una galleria o in un museo. Ma addirittura esposte in questi spazi esse indicherebbero tutte altre misure. Sono in realtà immagini orbitali mobili che mirano a descrivere lo spazio (compreso lo spazio interiore) piuttosto che a occupare lo spazio fisso dell'arte convenzionale. Non hanno più le costrizioni del proscenio (estetico); al contrario, esse posseggono la libertà nuova degli schermi cinematografici. Non possono essere isolate l'una dall'altra e formano una reazione a catena. Sono come un'orbita continua di pannelli riflettenti che rispecchiano la nostra «esorbitante» condizione moderna. Si liberano da una linea di struttura, da ogni localizzazione rigorosa come pure dal modo determinato di visione che è parte della definizione estetica dell'arte (e che esercita tuttora un forte controllo sulle nostre attuali raffigurazioni). Adesso, finalmente, esse riguadagnano qualcosa della forza e dell'immediatezza di forme che possedevano prima, o dopo, l'esteticizzazione della nostra cultura. Si può vederle come pubblicità, pura e semplice, come immagini pubblicitarie che sono quasi superficiali e stereotipate, oppure come maschere quasi primitive che, oltre alla loro qualità estetica (che è loro attribuita solo successivamente, o che esse non conseguono mai), vivono dell'intensità dei fantasmi o degli esorcismi che inducono. Proprio come maschere, queste immagini rappresentano una specie di esorcismo verso la nostra società. Come maschere, che assorbono le identità di attori, danzatori e spettatori e la cui funzione è perciò quella di provocare qualcosa di simile a una vertigine taumaturgica (traumatologica), credo che queste immagini abbiano la forza e la funzione di assorbire l'interlocutore (TU) e di avvilupparlo piuttosto che la funzione di comunicare. Evocano quelle facce affascinanti per le quali il testo scritto costituirebbe i loro occhi e il loro sguardo fisso: assorbimento e rigetto, esattamente come nelle forme esorcistiche e

parossistiche. Le immagini di Barbara Kruger riflettono dunque completamente la società in cui viviamo: una società segnata dall'esorcismo e dal parossismo, vale a dire una società in cui, da un lato, abbiamo assorbito la nostra peculiare realtà e la nostra peculiare identità in modo vertiginoso e, dall'altro, cerchiamo adesso di respingerle violentemente, una società in cui tutta la realtà ha assorbito il suo doppio in modo vertiginoso e che adesso cerca di espellerlo in tutte le sue forme.

(In *Barbara Kruger*, Mary Boone and Michael Werner Gallery, New York 1987).