

Icone culturali d'Europa

A cura di Francesco Fiorentino

Quodlibet

Prima edizione: dicembre 2009
© 2009 Quodlibet
Via Santa Maria della Porta, 43 - 62100 Macerata
www.quodlibet.it
Stampa: Litografica Com, Capodarco di Fermo, Fermo
ISBN 978-88-7462-317-4

La collana «Scienze della cultura» è a cura di Francesco Fiorentino e Giovanni Sampaolo. Comitato scientifico: Franco D'Intino, Marino Freschi, Werner Frick, Hans-Thies Lehmann.

Il volume raccoglie parte dei risultati dell'omonimo programma di ricerca, promosso dal Dipartimento di Letterature Comparete dell'Università degli Studi Roma Tre e coordinato dal curatore Francesco Fiorentino.

L'editore ringrazia gli autori delle immagini pubblicate per la gentile concessione e resta a disposizione degli eventuali titolari di diritti che non è stato possibile raggiungere.

La pubblicazione è stata realizzata con il finanziamento del Dipartimento di Letterature Comparete dell'Università degli Studi Roma Tre.

Indice

- 9 Icone culturali: per una definizione del concetto
Francesco Fiorentino

Figure di genere

- 27 Carmen, icona della seduzione
Maria Cristina Assumma
- 55 «Madame Bovary sono io»
Bruna Donatelli
- 73 Don Giovanni
Federica Sforazzini

Parole-icona

- 99 *Bildungsroman*: genealogia linguistica di un mito
tedesco
Giovanni Sampaolo
- 121 *Charme, chic, boutique*. Su tre marche linguistiche
francesi dell'icona del lusso
Laura Santone

Figure dell'immaginario politico (e mediatico)

- 137 Ivan il liberatore nella tradizione balcanica. Il caso bulgaro
Krassimir Stantchev
- 163 Il Grande Fratello. Archetipi e filiazioni
Angelo Arciero

Figure dell'immaginario folklorico

- 187 Sirena Mermaid Ondina Rusalka. Dal mito all'icona contemporanea
Carla Solivetti
- 219 La strega. Figura tragica, donna malefica, "femme fatale" ...
Ute Weidenhiller

Icone (trans)nazionali

- 243 Il tè, «a gentler drink». Percorsi di un rituale nell'Inghilterra moderna
Luciana Piré
- 277 Brick Lane, il curry, nuove icone britanniche
Rosa Manauzzi

Luoghi e nonluoghi

- 301 «Quando si dice icona». Ikea: la ditta e il catalogo
Agnese Nobiloni Toschi
- 335 Praga kaffiana
Marino Freschi

- 351 Il Lager icona oscura d'Europa e l'uomo-Lazzaro di
Jean Cayrol
Valeria Pompejano
- 371 Roma eterna: icona culturale in Francia tra Seicento e
Settecento
Letizia Norci Cagiano



R. Crumb, *Kafka*.

Icone culturali: per una definizione del concetto

Francesco Fiorentino

1. Forse si possono prendere le mosse da una domanda che probabilmente chiunque abbia scorso l'indice di questo volume sarà spinto a farsi: che cosa hanno a che fare le Sirene con il curry o il *Bildungsroman* con il tè? Cosa hanno in comune l'Ikea e Ivan il Liberatore, oppure Madame Bovary e una strada londinese abitata dalla comunità bengalese?

Si tratta di figure, luoghi, "oggetti" accomunati dal fatto che hanno assunto un particolare potere simbolico e una presenza durevole nell'immaginario collettivo, divenendo parte di un patrimonio simbolico comune e trasversale da cui attingono il linguaggio giornalistico e quello pubblicitario, la comunicazione colta e il parlare comune. Le vediamo circolare un po' dappertutto: dalla letteratura alla musica, dal cinema alla rete, dalla televisione al discorso scientifico. Si tratta di figure mendacemente familiari, note anche se il più delle volte non propriamente conosciute. Oggetto di una conoscenza diffusa e generica, di un uso generalizzato e spesso improprio, esse si rivelano elementi significativi di un «canone selvaggio», cioè fatto di frammenti di "narrazioni" (racconti mitici, letterari, cinematografici, ma anche pittorici o musicali; rappresentazioni collettive o pratiche culturali, rituali, discorsive, ecc.) che, emancipati dal loro contesto di origine, agiscono indipendentemente da esso in una pluralità di altri contesti¹.

Questa capacità di significare in modi e in luoghi molteplici si

¹ Estendo qui all'intero ambito della comunicazione simbolica il concetto di «canone selvaggio» («wilder Kanon») che Karl Eibl ha sviluppato con riferimento alla letteratura. Cfr. K. Eibl, *Textkörper und Textbedeutung. Über die Aggregatzustände von Literatur, mit einigen Beispielen aus der Geschichte des Faust-Stoffes*, in R. von Heydebrand (hrsg.), *Kanon Macht Kultur. Theoretische, historische und soziale Aspekte ästhetischer Kanonbildung*, Metzler, Stuttgart-Weimar 1998, pp. 60-77.

lega a una capacità di trasformarsi, anche profondamente, ma mantenendo caratteristiche e una coesione figurale che le rendono immediatamente riconoscibili. Le chiameremo *icone* culturali, appunto per questa loro immediata riconoscibilità, per il loro carattere “popolare”. *Icone* – anziché topoi o luoghi dell’immaginario – anche per porre l’accento sulla mobilità che le caratterizza, ricordando che nella cultura bizantina il termine designava originariamente immagini di culto usate nella devozione privata e perciò portatili. Anche le icone culturali di cui si parla in questo libro sono *mutatis mutandis* d’uso quotidiano e trasferibili: sono connotate da un alto grado di diffusione e da un coefficiente altrettanto alto di trasferibilità (da uno spazio linguistico-culturale all’altro, da un’epoca all’altra, da un codice espressivo all’altro).

Le definiremo *europee*, perché il luogo del loro originarsi e lo spazio della loro circolazione è per lo più l’Europa; perché, pur connotandosi talvolta – almeno in origine e in apparenza – come delle vere e proprie icone nazionali, hanno acquisito, per il loro alto grado di esposizione, una dimensione e una valenza transnazionale, divenendo figure simboliche condivise, seppure in modi e con gradi di intensità diversi, da più culture europee.

2. La rappresentazione iconica è contraddistinta dalla promessa di una aderenza particolare tra significato e significante, tra segno e senso. In semiotica, si parla di iconicità per indicare il rapporto di somiglianza che può stabilirsi tra un segno (o un insieme di segni) e l’oggetto che esso designa. Similmente, in linguistica viene detta iconicità la proprietà dei significanti di raffigurare – cioè di designare anche in modo immediato, visivo – i significati cui sono riferiti. Iconici sono i primissimi modelli di scrittura come iconici sono i pittogrammi che regolano la comunicazione non verbale nei centri commerciali, negli aeroporti, sulle autostrade e in tanti altri *nonluoghi* (Augé) del nostro mondo attuale; e nella comunicazione digitale l’iconicità è una dimensione essenziale. In informatica, come si sa, un’icona è un’immagine stilizzata che rappresenta un’applicazione, un file, un link, un programma. L’icona si presenta qui come un tipo di segno atto a trasmettere informazioni nella forma più semplice e

immediata possibile e che perciò ha da essere intuitivamente comprensibile. Questa sua leggibilità immediata garantisce un effetto immediato di riconoscimento – che però non implica una conoscenza. Dei programmi che lancia cliccando su un'icona del suo computer, l'utente non specialista non conosce la struttura, né le modalità con cui essi plasmano i dati che elaborano, le quali invece orientano in ogni caso la sua percezione. Si potrebbe dire che le icone – anche le icone culturali di cui si parla in questo libro – sono figure di immediata comprensibilità, il cui impiego non richiede necessariamente una conoscenza. Figure che riconosciamo sempre e che utilizziamo anche se non le conosciamo. Un alto grado di riconoscibilità si associa così a una non-conoscenza e a un uso diffuso. Naturalmente gli usi, così come i «codici di riconoscimento»² sono diversi, per cui alla nettezza e riconoscibilità del significante si lega un significato plurimo che si determina in modi diversi non solo storicamente ma anche qualitativamente. È un po' il contrario di quanto, secondo Propp, avviene nelle favole, dove «cambiano i nomi (e con essi gli attributi) dei personaggi, ma non le loro azioni, o funzioni», che poi sono – per Propp – la cosa essenziale ovvero sia gli «elementi costanti della fiaba»³. Nel caso delle “icone culturali” a variare sono invece le azioni, le funzioni, i significati, mentre restano immutati i “nomi”, finendo per designare cose talvolta molto diverse l'una dall'altra. Il referente assume sempre una valenza simbolica, ma diversificata nelle varie configurazioni storiche, locali e mediali che la declinano e la trasformano.

Il tessuto simbolico di queste icone si trasforma, dunque, anche profondamente, ma conserva sempre un profilo di fondo e delle caratteristiche che le rendono immediatamente riconoscibili. Le vediamo così apparire in contesti differenti, ogni volta diverse e, insieme, uguali a se stesse. Uno specifico profilo figurale, disegnato da alcune costanti simboliche, si lega a una capacità di metamorfosi anche radicale. È una combinazione di qualità che certo sta alla base del perdurante potere di significazione di queste icone: una flessibilità semantica si associa a una costanza di azione sim-

² U. Eco, *La struttura assente*, Bompiani, Milano 1968, p. 114.

³ V. J. Propp, *Morfologia della fiaba*, Einaudi, Torino 1966, p. 26 (ed. or. *Morfologija skazki*, Academia, Leningrad 1928).

bolica, che è “iconica” ovvero non legata necessariamente a una conoscenza più o meno approfondita del testo o contesto di origine, bensì alla loro natura di riferimenti immaginifici che hanno affermato una loro autonomia e che circolano un po’ in tutti gli ambiti della cultura: dalla riflessione scientifica alla pubblicità, dalla letteratura a internet, al parlare quotidiano...

La loro diffusione variegata può funzionare da rivelatore di un territorio culturale. Uniche e a loro modo auratiche, ma proprio in quanto riproducibili e ripetutamente riprodotte in uso diversificato, queste figure che qui chiamiamo “icone culturali” sono tali da essere sempre ammiccamenti, da agire se non come segni di riconoscimento, quantomeno come indici di un’appartenenza, di un legame culturale. Giacché il fatto stesso di utilizzare o anche soltanto di riconoscere un’icona culturale, a prescindere dal genere di uso e dal livello del riconoscimento, colloca colui che la riconosce e l’utilizza nella comunità o nel territorio in cui quell’icona è riconosciuta e utilizzata.

3. Nel caso delle icone presentate in questo libro, si tratta dell’Europa. Esse sono *europee* nel senso che è in qualche luogo dell’Europa che prendono forma e si installano nell’immaginario collettivo in quanto icone, anche se poi migrano in altri continenti, anche se da altri continenti provengono gli “oggetti” che divengono icone. Tra quelle che generalmente vengono considerate icone nazionali ce ne sono alcune che rivelano una tale origine “materiale” extraeuropea e che possono essere lette come il prodotto simbolico di una lunga storia di commerci interculturali. Sono casi, questi ultimi, in cui si manifesta la presenza di tutta un’Europa non europea che ha avuto un ruolo non secondario nella formazione delle nazioni europee.

In ogni caso abbiamo a che fare con figure di un immaginario transnazionale, che è cioè condiviso da più culture europee e trascende la formazione discorsiva di una cultura nazionale “localizzata”, ancorata cioè ai confini di un «luogo antropologico»⁴,

⁴ Su questo concetto si veda M. Augé, *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano 1993, pp. 48-55 (ed. or. *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Seuil, Paris 1992).

che ancora oggi agisce in molte riflessioni sull'appartenenza culturale. Le vicende di queste icone manifestano un intreccio di relazioni e debiti reciproci, di parentele e differenze tra culture che profila uno spazio comune "europeo" della comunicazione simbolica, segnato da fratture ma anche dalla convergenza – mai totale, sempre differente – di processi di simbolizzazione e proiezione collettivi.

Oggetto e medium di scambi e anche scontri simbolici, esse si configurano come luoghi migranti di concrezione di un immaginario europeo transnazionale. Se – con Henri Lefebvre, Michel de Certeau e molti altri⁵ – si considera lo spazio non soltanto come produttore ma anche e forse soprattutto come prodotto di pratiche simboliche oltre che materiali, allora le icone culturali europee di cui si parla in questo libro sono anche figure produttrici di spazio. Le loro migrazioni attraverso differenti culture nazionali fanno intravedere il profilo di un'Europa transnazionale che da sempre si accompagna all'"Europa delle nazioni" e nella quale alla separazione si contrappone la relazione e la pluralità prevale sulla logica dell'autonomia che porta di volta in volta a privilegiare un punto di vista, oscurando quelle connessioni e dipendenze che rivelano invece uno sguardo realmente "europeo", ovvero sia plurale, poliprospectico, dinamico. L'"Europa" si configura allora primariamente come una zona di contatto variabile tra territori culturali diversi e variabili a loro volta; un orizzonte mutevole, instabile, in ultima istanza indeterminato che accomuna e insieme trascende le varie culture da cui è abitato e che le apre verso l'esterno come verso l'interno, esponendole all'esperienza del carattere sempre ibrido, plurale, s-confinato di ogni cultura e quindi di ogni identità e memoria collettiva.

4. Nell'interrogarsi sul *Futuro del classico*, Salvatore Settis registrava il «diffondersi, nella cultura comune, di un superficiale e ricorrente citare dal "classico" (ben visibile, per esempio,

⁵ Cfr. H. Lefebvre, *La produzione dello spazio*, Moizzi, Milano 1976 (ed. or. *La production de l'espace*, Anthropos, Paris 1974); M. de Certeau, *L'invenzione del quotidiano*, Edizioni Lavoro, Roma 2001, pp. 143-192 (ed. or. *L'invention du quotidien. I Arts de faire*, Gallimard, Paris 1990).

nella pubblicità o nel cinema)». È un «citazionismo di terza mano» e «arbitrario», giacché non è sostenuto da conoscenza alcuna dei testi o dei contesti e dal tessuto compatto dei testi antichi preleva «segmenti elementari, immediatamente riconoscibili al livello (peraltro mal definito) della cultura popolare». L'antico viene così scomposto in «frammenti decontestualizzati, e perciò pronti al riuso, ai più arbitrari rimontaggi. Tanto più, anzi, quanto più essi siano gratuiti, senza implicare affatto quello statuto paradigmatico dell'antichità "classica" che per secoli ne ha assicurato nella tradizione europea la conoscenza e lo studio»⁶.

Ma c'è da chiedersi se questo tradimento del canone culturale europeo sia davvero compiuto soltanto dal «citazionismo postmoderno» di cui parla Settis; c'è da chiedersi se non sia questo un modo in cui funziona la trasmissione della cultura: per frammenti strappati al loro contesto, deprivati della loro vita originaria, che acquistano una energia nuova e prolungano la loro presenza in un questo riuso "illegittimo", malgrado tutte le inesattezze filologiche che ciò comporta. Di più: una conoscenza precisa del contesto d'origine inibirebbe la loro continua riattivazione "selvaggia", cioè, appunto, non disciplinata dalle regole della conoscenza filologica e storiografica, ma nondimeno capace di assicurare alla cultura del passato una presenza diffusa nel mondo della vita contemporaneo. Lo stesso Settis ammette che «la frammentazione del "classico" in unità puntiformi e decontestualizzate (buone da citare) lo distrugge, è vero, ma anche lo trasmette e lo perpetua»⁷.

Testi e contesti significativi del passato sopravvivono nella memoria collettiva soltanto per schegge, brandelli, in forma di rovine si potrebbe quasi dire: la battaglia di Don Chisciotte contro i mulini a vento, l'«essere o non essere» di Amleto, l'amore infelice di Romeo e Giulietta o il «cogito, ergo sum» di Descartes... Immagini, scene, parole, figure che si sono emancipate dal tessuto delle narrazioni in cui sono apparse per la prima volta per acquisire una vita propria. Un uso ripetuto e diffuso, che le ha rese

⁶ S. Settis, *Il futuro del classico*, Einaudi, Torino 2004; le citazioni sono tratte dalle pp. 16, 24, 6-7.

⁷ Ivi, p. 112.

«immediatamente riconoscibili» a tutti i livelli della cultura, ha conferito a esse uno statuto “iconico”. Ma ciò non riguarda solo le immagini della letteratura o del teatro o della cultura cosiddetta “alta” in generale, bensì anche figure, episodi, luoghi, pratiche, istituzioni e parole del passato o del presente che per ragioni differenti hanno assunto una uguale valenza di “icone culturali”.

L'uso “popolare” (o “citazionistico”) che le produce cancella l'orizzonte storico da cui la estrapola, ma allo stesso ne conserva la presenza come campo metaforico attivo, quantunque in forma frammentaria e latente. In questa prospettiva, le “icone culturali” assumono lo statuto di “resti”: sono ciò che, nella memoria collettiva, sopravvive di testi e contesti del passato lontano e recente; e insieme sono ciò che fa sopravvivere quei testi e contesti, frammentariamente, strappandoli all'ambito ristretto della cultura «per esperti», immettendoli in giochi linguistici che non sono più quelli della critica estetica, letteraria, filosofica, ma quelli della pubblicità, del commento giornalistico, dei blog... Del senso comune, si potrebbe dire con Gramsci. Si potrebbe dire allora che l'uso “banalizzato” nell'ignoranza dell'origine “alta” è la manifestazione di una vitalità sotterranea, il segno della «effettualità storica» dell'opera o del contesto da cui è tratta l'icona citata, secondo una dinamica simile a quella che Gramsci vedeva instaurarsi tra filosofia e senso comune: «Ogni corrente filosofica lascia una sedimentazione di “senso comune”: è questo il documento della sua effettualità storica [...]. Il “senso comune” è il folklore della “filosofia” e sta di mezzo tra il “folklore” vero e proprio (cioè come è inteso) e la filosofia, la scienza, l'economia degli scienziati»⁸. Così anche possono essere considerate le icone culturali: sedimentazioni nel senso comune lasciate da testi e contesti che non hanno (più) presenza immediata nella coscienza collettiva, ma sopravvivono in quanto oggetti di un uso frammentario e popolare, che può certo apparire “arbitrario”, “banalizzato”, “appiattito” se si parte dall'idea di un significato originario più complesso, legittimo, che andrebbe preservato e che invece da quest'uso dichiarato improprio verrebbe tradito, cancellato. È l'idea su cui

⁸ A. Gramsci, *Quaderni del carcere*. Edizione critica dell'Istituto Gramsci, a cura di V. Gerratana, Torino, Einaudi, 1977, Q I, par. 65, p. 76.

Definizione sintetica

Le *icone culturali* sono figure della percezione e della comunicazione culturale che

1. possono definirsi europee nel senso che nascono e si propagano da qualche luogo dell'Europa;
 2. hanno acquisito una forte riconoscibilità e un potere simbolico durevole nell'immaginario collettivo di più di una cultura nazionale attraverso il loro uso ripetuto in più ambiti della comunicazione culturale;
 3. hanno dunque assunto lo statuto di formule espressive condivise, in determinati contesti sociali e momenti epocali, per designare fenomeni di varia natura, fungendo in vario modo da *medium* in processi di formazione di identità collettive;
 4. non hanno coerenza testuale e vanno piuttosto intese come *frammenti* di "narrazioni" (miti, opere letterarie, rappresentazioni collettive, pratiche culturali o rituali, discorsive ecc.) che si sono emancipate dal loro contesto di provenienza e circolano "autonomamente" nell'immaginario collettivo, in forma di frammenti decontestualizzati, spesso utilizzati – cioè liberamente citati – senza conoscenza del contesto (o del testo) di origine;
 5. sono – da un punto di vista semiotico – significanti o di insiemi di significanti (di natura visiva, verbale come anche uditiva) che devono il loro perdurante potere simbolico alla capacità di significare in contesti diversi;
 6. sono caratterizzate da un alto coefficiente di mobilità e di trasponibilità, vale a dire dalla capacità di spostarsi da uno spazio linguistico-culturale all'altro, da un'epoca all'altra, da un codice espressivo all'altro acquisendo di volta in volta valenze, significati e funzioni anche molto differenti;
 7. si manifestano dunque in ambiti socio-culturali e livelli della comunicazione culturale diversi, in linguaggi, orizzonti discorsivi e media disparati.
-

si è fondata la concezione “classica” della tradizione o del canone o dell’archivio, che al più tardi con la rivoluzione digitale è stata sottoposta a un processo di revisione profonda.

5. Il termine archivio deriva dal greco “*archeion*” che designa l’edificio in cui venivano conservati documenti ritenuti di rilevanza particolare (dal punto di vista giuridico, amministrativo ecc.). In *Mal d’archive*, Derrida si è interrogato sulla funzione che venivano ad assumere i custodi di questi edifici, gli “*archontes*”. Oltre alla responsabilità della «sicurezza fisica del deposito», questi alti magistrati avevano anche «il potere di interpretare gli archivi». Il loro compito era quello di preservare i documenti loro affidati non soltanto conservandoli nelle loro dimore, ma anche sorvegliandone l’interpretazione, cioè la ricezione e la trasmissione, esercitando così un «potere di *consignazione*», che mira a comporre il corpus dei testi consegnati all’archivio «in un sistema in cui tutti gli elementi formano l’unità di una configurazione ideale»⁹. Quella della tradizione europea, ad esempio, o del canone occidentale o dell’antichità “classica” con il suo statuto paradigmatico.

La formazione e trasmissione della tradizione, la politica dell’archivio o del canone culturale sono stati per lunghissimo tempo governati da questo «principio della *consignazione*», in cui è in gioco un desiderio di congelamento e di controllo della comunicazione culturale che produce una sorta di arresto domiciliare dell’attività di significazione teso a conferire stabilità ai segni. Ma i percorsi storici delle “icone culturali” qui ricostruiti, la mobilità e la fluttuazione dei loro significati, mostrano come al potere di *consignazione* dell’archivio si accompagna una pratica dell’uso che sfugge continuamente al suo dominio. La stabilità dei segni è contestata in permanenza dalla capacità che queste icone hanno di emanciparsi anche in modo radicale dal contesto culturale d’origine, per farsi manipolare continuamente, per perdersi e ritrovarsi in sempre nuove permutazioni.

Ci si vede così rinvitati a un mutamento di paradigma registra-

⁹ J. Derrida, *Mal d’archive. Un’impressione freudiana*, Filema, Napoli 1996, pp. 10-13 (ed. or. *Mal d’archive. Une impression freudienne*, Éditions Galilée, Paris 1995).

to negli ultimi decenni: al passaggio da una cultura dell'archivio e del canone a una cultura della permanente trasposizione dei significati e del formato stesso dei dati dell'archivio culturale, il che implica uno sconfinamento intermediale dell'archivio, un dissolvimento dei suoi confini quindi, come anche delle fonti, degli originali che esso istituiva e conservava¹⁰. Gli archivi trascendono i limiti della scrittura – che è stata per lunghissimo tempo la loro condizione di possibilità e il solo medium dell'archiviazione – per comprendere dimensioni e media acustici, visuali, digitali, e dar vita a un archivio intermediale, dinamico, globale di cui internet è insieme la manifestazione concreta e il modello descrittivo¹¹.

Ma a tale modalità dell'archiviazione, alle possibilità di elaborazione e memorizzazione dei dati culturali che essa realizza, rinviano già le figure dell'immaginario oggetto di questo volume. Uno dei loro connotati è appunto la presenza dispersa tra media, linguaggi e spazi culturali diversi. Il loro significato si dà soltanto in una forma “disseminata” in molteplici attualizzazioni e si realizza dinamicamente in processi di trasformazione e transfert che hanno luogo tra più piani della comunicazione culturale, nei sistemi delle arti quanto nella sfera “popolare” del dire quotidiano e dei mass media. Si tratta dunque di forme *trasversali* dell'immaginario che funzionano come dei rivelatori dell'interattività, della fondamentale *reliance* tra i diversi territori del sapere e del comunicare, della loro interdipendenza, della molteplicità dei circuiti disegnati dalla circolazione della cultura. L'indagine genealogica di queste figure mutevoli, la ricostruzione – seppur parziale – dei loro passaggi su più piani della comunicazione culturale e delle loro metamorfosi intermediali spinge a varcare di continuo non soltanto le frontiere nazionali, ma anche i confini tra i diversi ambiti della cultura. Ci si trova operare in una prospettiva in cui quei confini appaiono presi in un movimento di decostruzione, cioè sospesi senza essere annullati. In tale senso, un'icona culturale è quindi anche una figura che fa vacillare la logica della separazione che costituisce saperi autonomi, giacché

¹⁰ A. Assmann, *Das Archiv und die neuen Medien des kulturellen Gedächtnisses*, in G. Stanitzek, W. Vosskamp (hrsg.), *Schnittstelle. Medien und Kulturwissenschaften*, DuMont, Köln 2001, 268-281.

¹¹ Cfr. W. Ernst, *Das Rumoren der Archive*, Merve, Berlin 2002.

i suoi percorsi rivelano un'interazione costante tra i diversi ambienti e media della comunicazione culturale – e rimandano perciò a una concezione s-confinata e altamente complessa, una concezione – si può dire – ipertestuale della cultura, certo più adeguata alla nostra esperienza di quella di una cultura concepita a partire dalla categoria testualità, di una cultura concepita cioè come un testo, un tessuto simbolico in cui tutto si intreccia, *tout se tient*. È in questo orizzonte che operava l'iconografia di Panofsky: l'opera d'arte era intesa «come sintomo di qualcosa d'altro che si esprime in una varietà di altri innumerevoli sintomi» e l'interpretazione dei suoi «elementi compositivi e iconografici» doveva fornire la «prova, più particolareggiata, di questo “qualcosa d'altro”»¹². L'elemento compositivo o iconografico è l'epifenomeno di un sistema simbolico pensato come una totalità che si esprime in “sintomi” diversi ma omologhi.

Le icone culturali sono segni che non si lasciano ridurre a manifestazioni sintomatiche di un dato e specifico contesto. Non soltanto perché attraversano e assorbono contesti diversi costituendosi come entità plurali la cui verità non può non essere plurima, irriducibilmente ambigua. Il fatto è che l'icona è qualcosa di molto diverso da un indice – o un sintomo – del Reale. È legata da un rapporto di somiglianza o analogia con il suo Oggetto, diceva Peirce, ma questo oggetto può anche essere inesistente: «Un'Icona è un segno che si riferisce all'Oggetto che essa denota semplicemente in virtù di caratteri suoi propri, e che essa possiede nello stesso identico modo sia che un tale Oggetto esista effettivamente, sia che non esista»¹³.

A connotare l'icona è dunque una somiglianza con un Oggetto che riguarda più che il piano del reale, quello dell'immaginario. Alla sua origine ci sono sempre «dei percepiti e quindi degli oggetti esterni», scrive Bonfantini, ma poi «dalle radici sensoriali l'icona si eleva alla sua natura di rappresentazione immaginativa, che è sempre intrinsecamente creativa e autosignificante. È questa la prima deci-

¹² E. Panofsky, *Il significato nelle arti visive*, Einaudi, Torino 1962, p. 36 (ed. or. *Meaning in the Visual Arts. Papers in and on Art History*, Doubleday, New York 1955).

¹³ Ch. S. Peirce, *Semiotica. I fondamenti della semiotica cognitiva*. Testi scelti e introdotti da M. A. Bonfantini *et al.*, Einaudi, Torino 1980, p. 140.

siva funzione dell'icona: l'invenzione iconica»¹⁴. E questa consiste primariamente nel trasportare quello che di volta in volta viene sentito come reale nella sfera dell'immaginario, come a mostrare l'interconnessione, la compenetrazione tra queste due dimensioni, comunque le si voglia intendere. La qualità dell'icona – scrive Peirce – sta «nel suo esibire i tratti di uno stato di cose considerato quale fosse puramente immaginario»¹⁵. Cioè nel far apparire il reale e l'immaginario come due aspetti di uno stesso «stato di cose», due dimensioni della percezione e della convenzione culturale, che l'inventività iconica sa spesso connettere in modi inconsueti.

Nel caso delle nostre “icone culturali”, la materia di questa inventività sono desideri ed emozioni collettive, sono i sogni, gli incubi e l'imprescindibile capacità di evadere il principio di realtà (non si può non pensare all'icona Madame Bovary, ma anche a tante altre icone del desiderio). La materia delle “icone culturali” è, in altre parole, quell'ambito che viene detto “immaginario collettivo”. Si tratta dunque di forme dell'immaginario, o meglio di *forme immaginanti*¹⁶, che si distinguono per la loro perdurante capacità di significare, di trasmettersi – trasformandosi e tuttavia conservando un loro profilo simbolico caratteristico – da uno spazio all'altro, da un'epoca all'altra, come una sorta di testimone della memoria collettiva che assicura la congiunzione tra tempi e luoghi diversi. E diversi sono perciò anche gli immaginari, le memorie, i discorsi, i saperi che si sedimentano in queste figure.

Si tratta di figure affatto diverse dalle icone postmoderne di cui ha parlato Michel Maffesoli, tentando l'operazione di radicare i “miti d'oggi” – le «false evidenze» raccontate e smontate da Barthes – nella sfera sovrastorica dell'anima collettiva, ossia di «quel misterioso spirito in virtù del quale una comunità è ciò che è»¹⁷. Le sue “icone d'oggi” sono concepite pertanto come declinazioni di archetipi immemoriali o di mitologie collettive di cui manifesterebbero la risorgenza.

¹⁴ M. A. Bonfantini, *La semiotica cognitiva di Peirce*, Introduzione a Peirce, *Semiotica*, cit., pp. XXI-LII: XXXVIII.

¹⁵ Citato da Bonfantini, *ivi*.

¹⁶ M. Maffesoli, *Icone d'oggi. Le nostre idol@trie postmoderne*, Sellerio, Palermo 2009, p. 29 (ed. or. *Iconologies. Nos idol@tries postmodernes*, Albin Michel, Paris 2008).

¹⁷ *Ivi*, p. 166.

66. Considera, ad esempio, i processi che chiamiamo “giochi”. Intendo giochi da scacchiera, giochi di carte, giochi di palla, gare sportive, e via discorrendo. Cosa è comune a tutti questi giochi? [...]. Se li osservi, non vedrai certamente qualche cosa che sia comune a *tutti*, ma vedrai somiglianze, parentele, e anzi ne vedrai tutta una serie. Come ho detto: non pensare, ma osserva! – Osserva, ad esempio, i giochi da scacchiera, con le loro molteplici affinità. Ora passa ai giochi di carte: qui trovi molte corrispondenze con quelli della prima classe, ma molti tratti comuni sono scomparsi, altri ne sono subentrati. Se ora passiamo ai giochi di palla, qualcosa di comune si è conservato, ma molto è andato perduto. Sono tutti “*divertenti*”? Confronta il gioco degli scacchi con quello della tria. Oppure c’è dappertutto un perdere e un vincere, o una competizione fra i giocatori? Pensa ai solitari. Nei giochi con la palla c’è vincere e perdere; ma quando un bambino getta la palla contro un muro e la riacchiappa, questa caratteristica è sparita. Considera quale parte abbiano abilità e fortuna. E quanto sia differente l’abilità negli scacchi da quella nel tennis. Pensa ora ai girotondi: qui c’è l’elemento del divertimento, ma quanti degli altri tratti caratteristici sono scomparsi! E così possiamo passare in rassegna molti altri gruppi di giochi. Veder somiglianze emergere e sparire.

E il risultato di questo esame suona: Vediamo una rete complicata di somiglianze che si sovrappongono e si incrociano a vicenda. Somiglianze in grande e in piccolo.

67. Non posso caratterizzare queste somiglianze meglio che con l’espressione “somiglianze di famiglia”; infatti le varie somiglianze che sussistono tra i membri di una famiglia si sovrappongono e si incrociano nello stesso modo: corporatura, tratti del volto, colore degli occhi, modo di camminare, temperamento, ecc. ecc. – E dirò: i “giuochi” formano una famiglia [...].

L. Wittgenstein, *Ricerche filosofiche*, Einaudi, Torino 1967, pp. 46-47.

Le icone culturali di cui si parla in queste pagine sono, invece, in tutto e per tutto immerse nella dimensione della storicità. Nel loro complesso sono frutto di una stratificazione di significati differenti e spesso in attrito tra loro; sono formate dal concorso di pratiche di significazione che si collocano a livelli differenti della percezione culturale. Per questo non costituiscono mai immagini nette e compiute, ma aggregazioni mobili che fanno apparire i sistemi simbolici della cultura sotto il segno della pluralità, dell'eterogeneità, dell'interconnessione.

6. “Icona culturale”: un tale concetto, che può designare oggetti tanto disparati come quelli analizzati nel presente volume, non è troppo vago e troppo vagamente delimitato rispetto a concetti contigui come mito, topos, luogo della memoria per essere veramente utile?

È una domanda che non può non essere posta, un dubbio che non può non presentarsi. C'è però da ricordare che un concetto può dirsi vago solo se lo si valuta in base all'idea di una determinazione univoca e precisa, che è poco appropriata e produttiva nello studio dei fenomeni culturali. Non abbiamo una codificazione netta e condivisa di concetti come “cultura” o “letteratura”, ma ciò non li rende inutilizzabili, né rende sterili le riflessioni sugli ambiti che designano per tutti al di là della loro ineludibile vaghezza. I concetti – faceva rilevare Wittgenstein – sono zone dai contorni sfumati che tuttavia segnalano un territorio intuitivamente definito, un paesaggio i cui elementi si scoprono connessi da affinità, analogie, attinenze. Si legge nelle *Ricerche filosofiche* a proposito di una definizione di “linguaggio”:

Invece di mostrare quello che è comune a tutto ciò che chiamiamo linguaggio, io dico che questi fenomeni non hanno affatto in comune qualcosa, in base al quale impieghiamo per tutti la stessa parola, – ma che sono imparentati l'un con l'altro in modi differenti. E grazie a questa parentela, o a queste parentele, li chiamiamo tutti linguaggi¹⁸.

¹⁸ L. Wittgenstein, *Ricerche filosofiche*, Einaudi, Torino 1967, pp. 46-47 (§ 65) (ed. or. *Philosophische Untersuchungen*, Basil Blackwell, Oxford 1953).

La celebre esemplificazione che Wittgenstein faceva seguire a questa tesi (*infra*, p. 21) riguarda la nozione di gioco: non se ne può dare una definizione precisa e valida in tutti i casi, argomenta il filosofo, né è possibile individuare un insieme di caratteristiche presenti in ogni gioco; si può invece constatare che tra quelle attività tanto diverse che chiamiamo “giochi” vi sono delle somiglianze di varia specie e vario grado che le appaiono senza cancellarne l’irriducibile varietà.

Il concetto di “icona culturale” si riferisce appunto a un insieme di “figure” eterogenee correlate tra loro da una rete di tali «somiglianze di famiglia», come le chiama Wittgenstein, somiglianze, cioè, condivise in modo parziale e mutevole. Si può tentare (come nella *definizione sintetica* che proponiamo a p. 16) di indicare i tratti distintivi dell’entità che qui viene chiamata “icona culturale”, ma senza aspettarsi che ognuno degli oggetti che sono considerabili tali debbano presentare tutte queste caratteristiche. Per far parte della stessa famiglia di fenomeni – della famiglia dei giochi, ad esempio, o delle icone culturali – non è necessario neanche che ciascuno di essi posseda una o più caratteristiche comuni a tutti gli altri: è sufficiente che ognuno si leghi a tutti gli altri anche solo in maniera indiretta, che abbia cioè caratteristiche comuni con altri che saranno più prossimi e che a loro volta saranno legati ad altri tramite diverse caratteristiche e così via, a intrecciare appunto una rete di analogie.

La definizione proposta non è dunque un catalogo delle proprietà necessarie e sufficienti perché una figura possa essere definita “icona culturale”. Si tratta piuttosto di una definizione *idealtypisch*, elaborata – secondo la proposta di Giovanni Sampaolo – nella prospettiva di una categorizzazione sperimentale e “prototipica”, ossia basata su più criteri ai quali le singole icone possono essere attinenti in gradi e combinazioni variabili¹⁹. È una modalità di definizione che da una parte può permettere di scoprire relazioni prima non avvertite tra oggetti così disparati come quelli analizzati in questo libro, dall’altra rende conto in modo adeguato e fecondo del carattere essenzialmente induttivo delle rappresentazioni concettuali. Nella spiegazione dei concetti non ci si può

¹⁹ Cfr. il saggio di Giovanni Sampaolo in questo volume.

che muovere sul piano delle esemplificazioni, diceva ancora Wittgenstein. L'estensione del concetto di gioco, ad esempio, non è in fondo «racchiusa da alcun confine»: «Come faremo allora a spiegare a qualcuno che cos'è un giuoco? Io credo che gli descriveremo alcuni giuochi, e poi potremmo aggiungere: “queste, e *simili cose*, si chiamano ‘giuochi’”». In altre parole e in generale: «Si danno esempi e si vuole che vengano compresi in un certo senso» e *impiegati* «in modo determinato»²⁰. Ecco: il concetto di “icona culturale” sta per un certo modo di intendere e analizzare determinati oggetti osservandoli da una particolare angolatura ermeneutica che vuole mostrarne una dimensione particolare e che permette perciò di rilevare tra essi parentele prima non percepite. Ma proprio questa è, secondo Peirce, una prerogativa, anzi una funzione essenziale dell'icona in quanto segno: quella di mostrare «relazioni fra elementi che prima sembravano non avere nessuna necessaria connessione». Stabilire collegamenti, creare rapporti tra oggetti prima irrelati significa produrre nuovo sapere. Scrive Massimo A. Bonfantini commentando Peirce: «Le icone una volta costituite spuntano dal flusso della semiosi e offrono nuove prospettive conoscitive»²¹. Sono cioè un medium di conoscenza.

E così possono agire anche le icone culturali di cui si parla in questo libro, anche quando un uso appiattito, banalizzante, sembra ridurle a semplici stereotipi. Se si scava sotto la superficie del loro uso ordinario e generico, se le si sottopone a una indagine genealogica tesa a ricostruire le condizioni di possibilità del loro emergere, i modi in cui migrano caricandosi di significati nuovi, le caratteristiche che le fanno funzionare in contesti spesso molto diversi – allora possono fungere, appunto, da medium di conoscenza di una densa memoria che, inavvertita ma non per questo del tutto inoperosa, abita il luogo comune: tracce di passate esperienze, emozioni, saperi collettivi e tradizioni – tradizioni interrotte, riprese, contaminate – che aspettano di essere rilette alla luce del presente.

²⁰ Wittgenstein, *Ricerche filosofiche*, cit., pp. 48-49 (§§ 68-71).

²¹ Bonfantini, *La semiotica cognitiva di Peirce*, cit., p. xxxviii, da qui è tratta anche la precedente citazione di Peirce.