



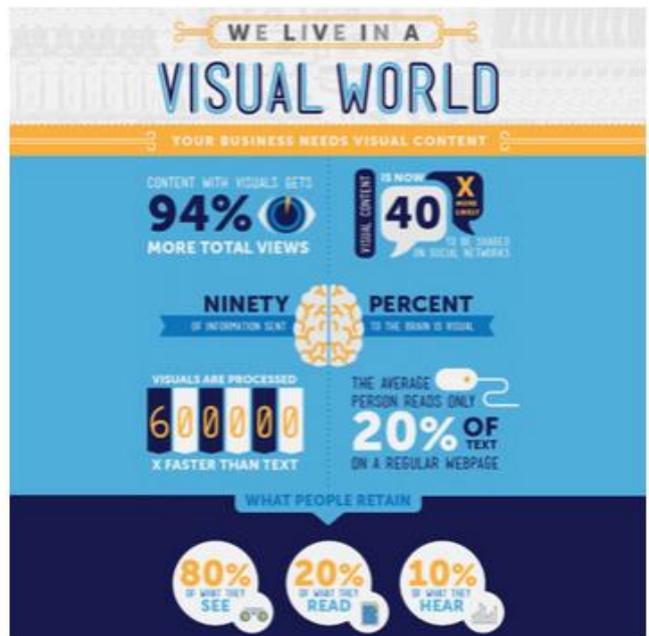
LA RETORICA NELLE IMMAGINI, LE IMMAGINI DELLA RETORICA

Il rapporto fra parola e immagine è complesso e profondo. La riflessione presentata al MAXXI insieme a Flavia Trupia a cui ha partecipato il writer Maurizio Pallotta (MauPal), famoso per il suo "Super-Pope" **Andrea Granelli** | [No comment](#)



QUANTO SONO IMPORTANTI LE IMMAGINI NELL'ERA DIGITALE

Innanzitutto la nostra è l'epoca delle immagini. Come osservava Italo Calvino: «Oggi viviamo in un'epoca in cui tutto quello che non è fotografato non esiste» **Andrea Granelli** | [No comment](#)



LA RETORICA NELLE IMMAGINI, LE IMMAGINI DELLA RETORICA

Qualche mese fa, ho contribuito a organizzare insieme a Flavia Trupia presso il MAXXI di Roma una riflessione dal titolo "*la retorica nelle immagini, le immagini della retorica*".

Il titolo usa un'altra figura retorica che richiama l'immaginazione: il chiasmo, che crea un incrocio immaginario tra due coppie di parole.

Durante questo evento ha partecipato – tra gli altri – il writer Maurizio Pallotta (nome d'arte MauPal), diventato famoso per il suo murales di *Super-Pope*, dove papa Francesco sviene raffigurato in volo come superman, ma vestito "da papa" e in più con i suoi occhialini e la sua famosa borsa grigia.

Il rapporto fra parola e immagine è complesso e profondo e ha molte direttrici. Alcune inattese, come per esempio quella che ci ricorda Sofocle in un passo dell'Edipo a Colono dove Edipo oramai cieco cede il ruolo di protagonista alla sua voce:

Il viandante: *Che vantaggio si può avere da un uomo che non vede ?*

Edipo: *Le mie parole vedono ... Sono uno che vede la voce ...*

Teseo: *... che male può farti la voce soltanto ?*

Edipo: *Signore, è una voce odiosa al padre.*

Oppure pensiamo ai numerosi alfabeti "visivi", da quello di Daumier al "Body Language di Jaramillo per arrivare alla neolingua visiva di Serafini.

Ma il rapporto tra le immagini e il loro significato, la loro rappresentazione, non è sempre stato tranquillo. Basta ricordarsi l'antica polemica dei profeti ebraici contro le immagini, considerate imitazioni inerti della realtà vivente.

Il Cristianesimo riprende invece il potere delle immagini non considerandole un tentativo di sostituirsi a Dio nella sua funzione demiurgica ma piuttosto come straordinario strumento divulgativo per la folla di credenti analfabeti. In questo contesto nascono i grandi cicli di affreschi a sfondo biblico chiamati *Biblia Pauperum* – e cioè la Bibbia dei poveri. Questo vero e proprio sistema di comunicazione si poneva di narrare ai semplici, agli analfabeti, i misteri e i precetti della religione. In questi straordinari libri illustrati la capacità narrativa superava – sublimandola – la dimensione estetica. La loro invenzione è attribuita a Sant'Oscar, vescovo di Brema. Le poche copie manoscritte rimaste della originale *Biblia Pauperum* provengono dalla scuola di Jan van Eyck.

Ciò è comprensibile: le immagini tendono a facilitarci la comprensione. Il tipo di processing cerebrale da loro richiesto è spesso più facile e leggero di quello linguistico, che è di tipo simbolico-ricostruttivo. Nota infatti a questo proposito Leonardo da Vinci: "E se tu, poeta, figurerai una istoria con la pittura della penna, il pittore col pennello la farà di più facile soddisfazione e meno tediosa ad esser compresa".

Se poi entriamo nel mondo della retorica, le sinergie e specularità fra la parola e l'immagine sono ricchissime. Pensiamo ai luoghi (loci) della memoria o al concetto stesso di figura retorica.

Sulle tecniche mnemoniche rese possibili dall'uso dei loci della memoria e sulla loro apoteosi durante il rinascimento ha scritto egregiamente Frances Yates: «Servendosi di immagini magiche e talismaniche come di immagini mnemoniche, Giordano Bruno sperava di acquisire conoscenza e poteri universali conseguendo, tramite l'organizzazione magica dell'immaginazione, una personalità dotata di poteri superiori, in sintonia, per così dire, con quelli del cosmo.»

Nel caso delle figure retoriche, invece, particolarmente interessante è l'ipotiposi. Deriva dal greco e significa abbozzo, esposizione sommaria ed è una figura retorica consistente nel presentare al lettore o all'ascoltatore un'immagine (di una persona, di un oggetto o di un avvenimento), in modo tale da rendergliela quasi visibile, grazie a una tale vivacità e ricchezza di particolari, secondo quanto afferma Quintiliano nella sua *Institutio oratoria*: «espressa con un linguaggio tale da fornire l'impressione non tanto di sentirla quanto di vederla».

I grandi predicatori gesuiti del *siglo de oro* – uno per tutti Giulio Mazarini sj – riuscivano tramite la figura dell'ipotiposi a “mettere” dinanzi agli occhi dei credenti il supplizio, con una tale abilità cui non deve essere estranea la consuetudine dei loro *Esercizi spirituali* (su cui molto ha scritto anche Roland Barthes), centrati sulla conversione sensibile dei pensieri dell'anima, indotti all'assunzione di immagini concrete e corporee. S. Ignazio – infatti – aveva sviluppato per gli *Esercizi* le tecniche dell'orazione mentale che – quando applicate all'interno di uno stato di contemplazione – portano colui che medita a una “visualizzazione delle immagini interiori” relative al brano evangelico prescelto.

QUANTO SONO IMPORTANTI LE IMMAGINI NELL'ERA DIGITALE

Perché parlare oggi di retorica? Un concetto che sa' di antico, di polveroso e spesso di artificiale?

L'arte di ragionare e di "*bene dicendi*" ha sempre fatto parte del *cursum honorum* della classe dirigente, a partire dalla formazione personale in vigore presso l'antichità greco-romana, passando per il sistema delle università nate nel medioevo e sviluppatesi nel Rinascimento per arrivare ai metodi educativi dei Gesuiti e della loro *Ratio studiorum*.

L'era moderna ha deciso, però, di buttarsi fideisticamente nelle braccia esclusive del metodo scientifico, arrivando a considerare le scienze umane non più come fondamento di ogni sapere ma come ambito specialistico. Nei tempi più recenti, però, anche a causa anche della crisi dei paradigmi e del metodo scientifico (Darwin, Freud, Heisenberg, Gödel, Popper, ...), stiamo assistendo a una vera e propria rinascita della retorica: in Europa grazie alla teoria dell'argomentazione e, nel mondo anglosassone, grazie al *critical thinking*.

Un'associazione per la retorica

Per questo motivo ho deciso – insieme a Flavia Trupia – di creare **PerLaRe-Associazione Per La Retorica**, che ha l'obiettivo di contribuire al rilancio della retorica e che ha visto la luce in un evento pubblico mercoledì 22 aprile a Roma (programma: perlaretorica.it).

Occuparsi di retorica porta due ordini di implicazioni che hanno a che fare con il tema delle immagini.

Innanzitutto la nostra è l'**epoca delle immagini**. Osservava Italo Calvino: «Oggi viviamo in un'epoca in cui tutto quello che non è fotografato non esiste». David Le Breton – nel suo *Antropologia del corpo e modernità* – rincara la dose affermando che lo sguardo è divenuto il senso egemonico della modernità, lo strumento privilegiato della libertà dell'individuo nelle interazioni, della presa di distanza che permette di scegliere i propri obiettivi e di non essere catturati mentre si cattura; e questi aspetti fanno ritenere a Goffman che la competenza sociale dell'occhio sia enorme: sarebbe un errore, sostiene, considerare lo sguardo secondario rispetto la parola.

In secondo luogo **la rivoluzione del digitale**. Se prendiamo, ad esempio, l'*inventio* – la prima attività del canone retorico ciceroniano che fornisce indicazione su dove trovare gli argomenti e i luoghi comuni (le cosiddette topiche) – nel mondo della Rete gli "oggetti digitali" con cui costruire il ragionamento sono di molte tipologie: non solo testo, ma anche immagini, infografiche, suoni, animazioni, link, box di dialogo...). Inoltre il digitale ha reso possibile l'esplosione delle immagini – sia come produzione che come diffusione. E – come noto – l'immagine (rispetto al testo) aumenta il potenziale espressivo e rende possibili letture "multiple". Infatti, un testo ha un inizio, una fine e un percorso obbligato di lettura; un'immagine no. Inoltre l'immagine può essere ingannevole. Al contrario delle parole, le immagini visive posseggono una capacità di estensione verbale quasi infinita, in quanto l'osservatore deve trasformarsi a sua volta in narratore. Inoltre l'alfabeto visivo possiede anche

un valore emozionale. «La linea orizzontale è fredda e quella verticale è calda» osservava Kandinski nel suo *Punto, linea, superficie*. Infine i colori veicolano anche un messaggio subliminale, come mirabilmente descritto – fra i primi – da Goethe nel sua *Teoria dei colori*.

Immagini e ragionamento

Oltre al ruolo di complemento, le immagini possono essere molto efficaci di per sé – quando costruite e utilizzate correttamente – come specifici argomenti nell’organizzare e supportare un ragionamento.

Pensiamo per esempio ai diagrammi temporali che trasformano dati statici e poco esplicitivi in andamenti che indicano che l’evento rappresentato sta migliorando o peggiorando. Oppure alla georeferenziazione dei dati che – quando costruita con intelligenza – può dare informazioni preziosissime. Forse la prima applicazione di georeferenziazione creativa venne usata durante l’epidemia di colera che colpì Londra nel 1854. John Snow – considerato il padre della moderna epidemiologia – invece di rappresentare (come era usanza) la serie temporale dei decessi – cosa che avrebbe semplicemente riportato le cattive notizie del giorno – marcò sulla mappa della città i luoghi in cui avvenivano le morti di colera e l’ubicazione delle pompe d’acqua. Questo grafico dava una testimonianza potente e diretta su una possibile relazione di causa-effetto. Questa scelta di rappresentazione era coerente con l’idea che il colera potesse trasmettersi tramite l’acqua impura. La scoperta del pozzo infetto avvalorò la nuova ipotesi e questa “dimostrazione grafica” cancellò la precedente teoria scientifica, che ipotizzava che la trasmissione avvenisse attraverso l’aria.

Ma anche le immagini – come le parole – hanno le loro fallacie, le loro ingannevolezze. Pensiamo alle illusioni ottiche studiate dalla teoria della Gestalt, ai nostri meccanismi percettivi all’inganno delle finte vicinanze (la foto della “nave da crociera vicino alla Riva degli Schiavoni), ... Anche nel caso delle immagini – come nel caso delle parole – c’è dunque una buona e cattiva retorica. Per non parlare delle immagini usate a sproposito come mera decorazione e definite da uno dei padri dell’infografica – Edward Tufte – *Chartjunk*. L’uso di elementi visivi non necessari per comprendere le informazioni rappresentate è infatti un classico segno di “stupidità statistica” e richiama ciò che Adolf Loos affermava nel 1908: «l’ornamento è un delitto».

Di questi temi – e di molti altri – si occuperà dunque la neonata associazione.



Andrea Granelli

11 maggio 2015