

L'Immagine e la Donna

Antonio Cioffi



Nelle mitologie di derivazione semitica e cristiana, il concetto di “immagine” fa certamente una delle sue prime apparizioni nell’Antico Testamento, laddove si afferma che l’uomo è “fatto ad immagine e somiglianza di Dio”. Nei primi capitoli della Genesi, infatti, è narrato come Adamo sia - in un certo senso - l’*immagine* della divinità¹.

Tuttavia, all’interno di questo rapporto primordiale ed arcaico fra ciò che potremmo mitologicamente considerare la *realtà* (il Divino) in

relazione alla *rappresentazione* (l'umano), fa immediatamente la sua comparsa un terzo elemento, Eva, compagna di Adamo la quale, pur essendo dal testo sacro assimilata nella sua essenza alla totalità indivisa dell'Adamo primordiale (che è contemporaneamente maschio e femmina²), "tecnicamente" si manifesta - come essere disgiunto ed autonomo - solo quando Dio la trae, secondo la Scrittura, da una *costola* di Adamo. In tal modo essa risulta essere - come in un frattale - una sorta di *immagine dell'immagine*³: una specie di *specchio*, insomma, grazie al quale, alla prima immagine ontologica - cioè all'Adamo primordiale che diventa maschio solo nel momento in cui da esso viene "tratta" la femmina -, viene *ri-velata*, conferendogli uno sguardo che è soggetto percettivo (*subjectum*) di un oggetto esterno a sé (*objectum*)⁴, la propria primordiale origine di proiezione celeste, di rappresentazione - in Terra - di Dio stesso⁵. È in questo senso - probabilmente - che vanno interpretate le affermazioni di taluni autori islamici secondo i quali "Dio ama l'uomo quanto Adamo ama Eva": Adamo, nella luce della bellezza di Eva, vede il riflesso di se stesso e della propria origine celeste⁶. E, verosimilmente, in modo analogo va interpretata la concezione "cortese" dell'amore, considerata anche l'assimilazione simbolica che può essere individuata fra la "donna" dei "Fedeli d'amore" e "*sophia*", la conoscenza.

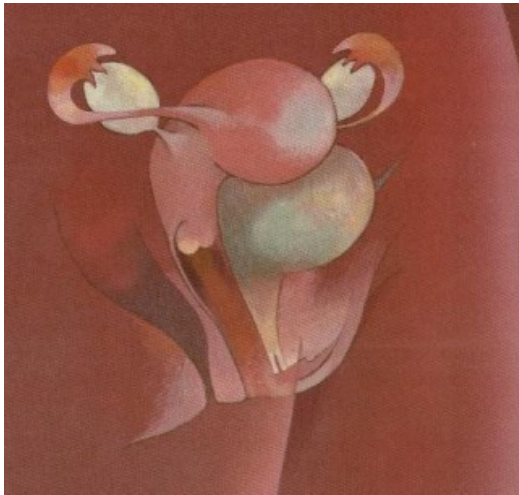
Esiste quindi un rapporto speciale e privilegiato fra Eva, "madre dei viventi" secondo l'etimologia ebraica, e il fenomeno - più che l'idea - di *immagine*, concepita come *riflesso* - per così dire "lunare" - della Luce divina stessa; Luce che, simbolicamente, è a sua volta riflessa dal Sole.

Un rapporto, mitico ed originario, che è confermato dal fatto di aver comunemente considerato la *bellezza* come una caratteristica sensibile archetipicamente associata al principio femminile ed alla sua potenza seduttiva, e - contemporaneamente - come l'estrema espressione, forse in quanto "conoscenza", del connotato ontologico stesso dell'Estetica. Rapporto speciale e privilegiato che infatti ancor oggi vede convergere all'interno di un comune indice semantico, la *donna* e tutto quanto concerne l'*apparire* - esteriore se non addirittura "oggettuale" - delle cose.

Nella maggior parte delle culture è generalmente la donna (o la parte femminile dell'uomo, se si vuole) che cura l'estetica del proprio e dell'altrui apparire, che decora il proprio corpo e che è particolarmente sensibile - come ancor oggi accade nelle società moderne e contemporanee - alle *mode* e alle tendenze estetiche. E' la donna che - in altri termini - *detiene il potere estetico sul mondo*, sia in relazione al trattamento e all'ornamento del corpo, della casa o dell'abbigliamento, sia in relazione al governo del *visibile* in senso lato.

Possiamo anche considerare un altro aspetto, relativo al concetto di immagine intesa come idea intimamente correlata al principio femminile: dal punto di vista fisiologico - segnatamente nella morfologia dell'apparato riproduttivo umano - è possibile concepire il rapporto fisico che intercorre fra il fallo e la vagina come un rapporto che si sviluppa fra un *oggetto* e la sua *immagine*, in un certo senso il rapporto fra una *forma* ed il suo *calco*. Quest'ultimo può a sua volta diventare *matrice* di un'altra *forma*, "madre" di un altro "figlio". In questo senso, la biblica *costola* di Adamo appare come una forma simbolica indicante il *fallo*, l'"oggetto" per eccellenza secondo la psicanalisi. La vagina, formalmente, si configurerebbe dunque come l'impronta - o il "negativo" - della forma stilizzata della costola, e metaforicamente apparirebbe quindi come un riflesso - o letteralmente come un'"immagine" - del *fallo* stesso.





Se consideriamo ora il ruolo e la funzione, che l'idea di immagine ha posseduto - e possiede - nel corso della storia, ci accorgiamo che gli approcci filosofici sono sostanzialmente due: da un lato troviamo diverse forme di iconoclastia, cioè di avversione all'immagine, molto diffuse in determinate culture non solo dell'antichità; dall'altro, viceversa, una tendenza culturale che considera ed ha considerato l'immagine, particolarmente in Occidente, come un "enzima" mediatico fondativo ed irrinunciabile del proprio metabolismo sociale. È noto, ad esempio, come in ambito semitico (l'ambito da cui si è paradossalmente sviluppata l'intera cultura iconografica del cristianesimo), l'immagine sia stata originariamente considerata come un fenomeno estremamente problematico, al punto da descrivere le condizioni storiche di deriva spirituale come momenti ciclici in cui l'immagine ha il sopravvento sulla parola, il *verbo*, che viceversa è astratto e *ri-velato*. Tanto risulta, per esempio, dalla parabola biblica del *Vitello d'oro* o - ancora - lungo tutta la narrazione visionaria dell'*Apocalisse* di Giovanni, dove la nota "*immagine della bestia*" possiede un ruolo emblematico e fondamentale.

In questa prospettiva è importante considerare attentamente il fatto - apparentemente banale - che la società contemporanea sia stata definita "società dell'immagine": nella cultura occidentale, moderna ed "avanzata", è palesemente l'*immagine* a detenere il ruolo principale di enzima della cultura. Il concetto di "idolo", come lo troviamo descritto nell'antica cultura semitica, delinea un fenomeno molto simile - ma molto meno potente e significativo - a ciò che corrisponde, nella nostra cultura di massa, ad una qualsiasi delle più semplici immagini mediatiche o al più comune *logo* pubblicitario.

Aggiungiamo una notazione: la "società dell'immagine" nasce e

si sviluppa in corrispondenza della progressiva declinazione *al femminile* della società, e le prime, moderne, tecnologie mediatiche, si affermano al fianco della “presa di coscienza femminista” nella cultura; ma approfondire questo tema ci porterebbe troppo lontano.

Nelle culture tradizionali, anche contemporanee, come nel caso esemplare della cultura islamica, esiste un’evidente corrispondenza fra una sorta di “pudore” che caratterizza il rapporto con l’immagine - e che anche senza divenire iconoclastia la considera un elemento quanto meno problematico della comunicazione - ed un analogo *pudore* connesso all’esser donna e, in generale, all’elemento femminile. Questo si esprime, per esempio, nella pratica vestimentaria orientale, che prevede l’*occultamento*, se non del corpo intero almeno del capo, e spesso del *viso*, della donna, considerato forse - se l’ipotesi è corretta - come lo specchio primordiale di una bellezza intesa come l’archetipo stesso dell’immagine sensibile⁷.

Possiamo dunque dedurre che la società contemporanea occidentale si configura come una società di segno eminentemente *femminile*. Malgrado nella quotidianità la politica e l’amministrazione del potere sembrino ancora saldamente in mano al maschio, se confrontata con le culture tradizionalmente patriarcali (anche contemporanee), la nostra appare come evidentemente matriarcale. L’ambito mediatico contemporaneo, così come si esprime nei mille rivoli delle tecnologie di comunicazione di massa - dal cinema alla televisione, dai rotocalchi alla Rete - si nutre, e nutre la sua cultura, quasi esclusivamente di *immagini*, pervasive e patinate; ed è proprio l’immagine della *donna* che, pur con registri linguistici estremamente evoluti e formalmente diversificati (come avviene nel caso della comunicazione pubblicitaria) resta quella di riferimento, quando si voglia connotare in maniera convincente un prodotto, o - più di recente - un’ideologia.

Se è vero che Internet rappresenta nell’attuale cultura mediatica l’immenso serbatoio delle fedi, dei i miti e delle idee della contemporaneità, risulta piuttosto evidente come proprio l’immagine della donna, giocata e disvelata in innumerevoli declinazioni, ne percorra tutta l’ampiezza semantica; allo stesso modo, è facile verificare come la maggior parte delle dinamiche di partecipazione alla vita delle cosiddette comunità virtuali, consistano proprio nell’esibizione - variamente connotata - dell’*immagine femminile*. A cominciare dalla straordinaria virulenza della pornografia, fino ad arrivare alle numerose tipologie di luoghi di incontro virtuale, Internet appare come *la più grande galleria di esposizione del corpo femminile* mai apparsa nella storia.

Esiste un rapporto analogico che intercorre fra il lento ma inesorabile “femminilizzarsi” della cultura contemporanea, e il più veloce - ma ugualmente endemico - svilupparsi di una società che è sempre più

dell'immagine. È noto come i modelli di identificazione dominanti, per quanto riguarda il femminile, gravitano essenzialmente intorno ai paradigmi dello spettacolo e dell'affermazione in termini di successo della propria immagine mediatica. E questo, in termini antropologici, è alquanto contraddittorio: se da un lato esiste da tempo un movimento intellettuale – forse concluso – teso all'affermazione della dignità umana della “persona” donna che prescindendo dal suo essere corpo e dunque “oggetto”, dall'altro tale affermazione sembra ripercorrere fondamentalmente i termini – già definiti come “maschilisti” – di un “essere donna” che in definitiva si propone essenzialmente come “cosa”. L'exasperazione della cultura dell'identità come cultura dell'apparire del corpo, si è anzi talmente estesa da includere nel proprio ambito anche l'identità – tradizionalmente opposta – dell'uomo. Il risultato di questo processo è stato un affiorare di ogni significato *in superficie*, sia che riguardi l'identità della donna sia che riguardi quella dell'uomo, configurando l'*epidermide* di una sorta di ermafroditismo culturale.

Ciò che sta avvenendo non consiste tanto nella dismissione dell'idea tradizionale di “donna oggetto” in favore di una più nobile concezione che riconosca all'esser donna valori diversi da quelli arcaici della pura ma simbolica fisicità; viceversa sembra trattarsi della riduzione, di quella antica oggettualità, ad *uno solo* dei sensi attraverso i quali può essere percepita e al quale di conseguenza può concettualmente rivolgersi: il senso della *vista*. Spesso, cioè, sembra di trovarsi di fronte non tanto ad una “donna-oggetto” che ha riconquistato la completa dignità personale, ma ad un oggetto donna che perde letteralmente spessore e corporeità, per diventare alla fine pura immagine – vale a dire “rappresentazione” (virtuale) – di sé. Il fatto poi che tale riduzione dell'oggetto alla pura visibilità riguardi anche il maschio, esprime l'abdicare – da parte dell'uomo – al ruolo di “signore” e “padrone” da lui rivestito, nel passato tradizionale, in relazione al concreto e corporeo oggetto “femminile” (il “campo”, la “terra”, i “figli”, il “patrimonio”).

In altri termini, dalla condizione pre-moderna che nutriva sia nei confronti della donna sia nei confronti dell'“immagine” un atteggiamento di sacrale problematicità (in quanto entrambe entità variamente riconducibili agli altrettanto problematici concetti di *rappresentazione* e di *riproduzione*), ad una cultura moderna che vede nascere, insieme al movimento di rivendicazione del valore autoreferenziale del femminile, le tecnologie di riproduzione meccanica dell'immagine. Tali tecnologie consentirono alle immagini (cioè alle *rappresentazioni*) di “uscire” letteralmente – come le donne dalle case – dagli ambiti loro specifici (quelli della produzione, dell'utenza e della museificazione, principalmente religiose), e di moltiplicarsi indefinitamente – come “copie” – all'interno della società, fino a costituire – alle soglie del post-moderno – la struttura portante

della stessa cultura di massa. Da questa situazione poi, con l'affermarsi della postmodernità filosofica ed attraverso i processi tecnologici della digitalizzazione, l'immagine diventa protagonista assoluta, la "copia" diventa "clone" e sentenzia la sostanza di un oggetto femminile che, lungi dal riconquistare dignità *soggettiva*, vede ridurre il proprio statuto oggettuale ad *uno solo* dei sensi attraverso i quali può essere percepito e concepito, il *sensu della vista*⁸, riducendo infine alla propria sostanza, di pura rappresentazione, anche il tradizionale *soggetto* di quell'*oggetto* di cui era immagine simbolica, l'uomo.

Ecco allora delinearsi il panorama attuale, in cui il disvelamento assoluto della donna - e di conseguenza di tutto quanto al principio femminile simbolicamente e tradizionalmente afferisce - corrisponde la proliferazione geometrica e frattale dell'*immagine*, veicolo privilegiato ed insieme corpo sottile di un processo che - dal punto di vista da cui si sarebbe posto un San Giovanni Evangelista - sembra possedere il carattere "apocalittico" dello *svelamento*.

Note

- ¹. "E Dio disse: «Facciamo l'uomo a nostra immagine, a nostra somiglianza, e domini sui pesci del mare e sugli uccelli del cielo, sul bestiame, su tutte le bestie selvatiche e su tutti i rettili che strisciano sulla terra»." (Genesi, 1, 26).
- ². "Dio creò l'uomo a sua immagine; a immagine di Dio lo creò; maschio e femmina li creò." (Genesi, 1, 27)
- ³. "Poi il Signore Dio disse: «Non è bene che l'uomo sia solo: gli voglio fare un aiuto che gli sia simile»." (Genesi, 2,18) "Allora il Signore Dio fece scendere un torpore sull'uomo, che si addormentò; gli tolse una delle costole e rinchiuse la carne al suo posto. Il Signore Dio plasmò con la costola, che aveva tolta all'uomo, una donna e la condusse all'uomo." (Genesi, 2,21-22)
- ⁴. "Allora l'uomo disse: «Questa volta essa è carne dalla mia carne e osso dalle mie ossa. La si chiamerà donna perché dall'uomo è stata tolta»." (Genesi, 2,23)
- ⁵. Dalla tradizione islamica -di origine anch'essa semitica- l'uomo viene definito *khalîfa* ("Califfo", *luogotenente*) di Dio sulla Terra".
- ⁶. Questo "riflesso di sé", per la coscienza, ricorda quello che intende Carl Gustav Jung quando descrive ciò che considera l'archetipo dell'"Anima", intesa come "apparizione" amorosa, fuori di sé, dell' *inconscio* stesso dell'uomo, archetipo col quale occorre ricongiungersi idealmente per realizzare il Sé.

7. Nella tradizione tantrica, contestualmente alle pratiche connesse ai suoi rituali sessuali, il viso è considerato, ci ricorda Mircea Eliade, come il principale *mandala* (immagine simbolica del cosmo) dell'intero corpo della donna.

8. Senso, la *vista*, la cui posizione privilegiata nella visione del mondo moderna risale - non per caso - all'invenzione rinascimentale della stampa a caratteri mobili.