

# inright

la cultura dell'altro

accademia  
di belle arti  
di roma n.10

*é l'amore che mi fa essere*

logo  
fausto  
lupetti  
editore

Marco Tullio Cicerone nel *De oratore* definisce la “memoria” una delle prime tre forme principali per la creazione di un’orazione – *inventio, dispositio, memoria* – perché essa è «testimone dei tempi, luce della verità, maestra di vita». Infatti, la memoria è la conoscenza del “passato” inteso come esperienza vissuta che ci permette di interpretare consapevolmente il presente. La memoria è lo strumento con il quale valorizziamo le esperienze vissute, non solo come singoli, ma anche come società. Si pensi alle società non alfabetizzate, che grazie alla trasmissione orale sono riuscite a conservare il proprio patrimonio culturale che altrimenti sarebbe andato perduto. La memoria è uno spazio che accoglie delle registrazioni che prima o poi, quando serve, devono essere ascoltate, viste, riportate alla coscienza.

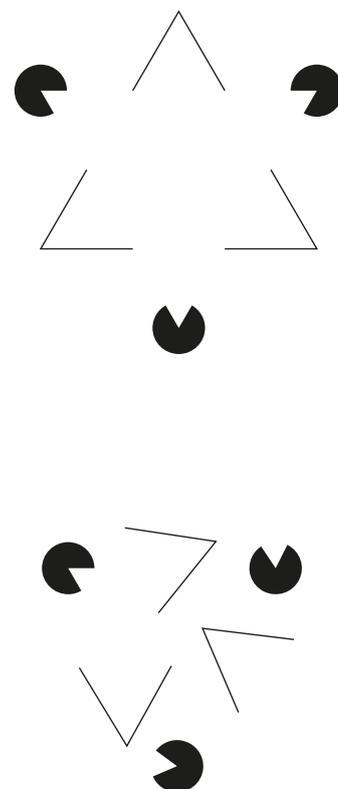
Ma come e cosa ricordiamo? A ogni ricordo, a ogni memoria corrisponde sempre un’immagine mentale. Questa immagine può essere una fedele testimonianza di un’esperienza che abbiamo vissuto e riportiamo alla mente con precisione, ma potrebbe anche essere un’invenzione che compensa un nostro bisogno latente o un’immagine archetipa preesistente nella nostra memoria genetica che prescinde dall’esperienza.

Lo psichiatra Carl Gustav Jung ha teorizzato l’esistenza di una “memoria collettiva” contenitore psichico universale contenente gli “archetipi”, modelli istintivi esistenti prima dell’esperienza, costituiti da “forme” e “simboli” che si manifestano in tutti i popoli di tutte le culture. La “forma” è «l’aspetto esteriore con cui si configura ogni oggetto corporeo o fantastico, o una sua rappresentazione», mentre il “simbolo” è «qualsiasi elemento atto a suscitare nella mente un’idea diversa da quella offerta dal suo immediato aspetto sensibile, ma capace di evocarla attraverso qualcuno degli aspetti che caratterizzano l’elemento stesso» (Enciclopedia Treccani). Quando osserviamo una forma astratta come un triangolo, un quadrato, un cerchio, oppure una forma naturale come un albero, un fiume o una figura umana, noi stiamo osservando delle forme archetipe che racchiudono in sé una serie di significati che appartengono a tutta l’umanità e che, collegandosi al nostro vissuto personale e affettivo, contribuiscono a dare un senso al nostro modo di essere e di pensare, aiutandoci a identificare un percorso di vita all’interno di quella rete di significati e di forze che condizionano il nostro “destino”.

Il concetto di “memoria collettiva” è presente anche nelle ricerche sulla percezione sviluppate dalle scuole della Gestalt e del New look – la prima europea e la seconda statunitense – che hanno contribuito notevolmente allo sviluppo della psicologia cognitiva e dell’educazione. Le due scuole, studiando il rapporto fra percezione visiva e psicologia, hanno messo in evidenza l’influenza sulla percezione di fattori inconsci di natura emozionale, motivazionale e sociale. Dagli studi della Gestalt è emerso che il comportamento delle persone è una diretta conseguenza del modo in cui percepiscono la realtà, e non dalla realtà come è “effettivamente”; mentre negli studi del New look è stato osservato che le persone, nei casi in cui si trovano davanti a stimoli di natura ambigua e non chiaramente definita o si trovano in uno stato di ansia, preoccupazione, gioia, stupore, hanno la percezione influenzata e direzionata da propri precostituiti schemi mentali, dalle proprie aspettative e dalle proprie ipotesi interpretative sul mondo. È chiaro che ogni persona percepisce e comprende il mondo attraverso immagini – organizzate in schemi mentali, in parte archetipe e in parte memorie di proprie personali esperienze – che riemergono nella coscienza secondo le particolari esigenze di un dato momento.

Nell’illustrazione del *Triangolo di Kanizsa* tutte le persone vedono due triangoli sovrapposti perché questo è dato dalla memoria dell’esperienza di ognuno ed è un fatto oggettivo e stabile. Ma da un punto di vista fisico i triangoli non esistono perché gli oggetti che compongono l’illustrazione e le corrispondenti descrizioni della fisica e della percezione visiva sono tra loro diversi. Nonostante questo fatto inconfutabile le persone vedono nell’illustrazione ciò che vogliono vedere, o meglio ciò che si aspettano di vedere, perché è la memoria a fargli percepire due triangoli dove non esistono.

La memoria, sia collettiva che individuale, può farci percepire e comprendere il mondo come una determinata “realtà”, che raramente corrisponde alla “verità”. Il termine “realtà” dovrebbe indicare tutto quello che esiste veramente, che viene percepito con i sensi e che nello stesso tem-



*Triangolo di Kanizsa*

L'osservatore crede di vedere due triangoli sovrapposti, uno dei quali con i vertici disposti sopra tre circonferenze nere, ma in realtà sta osservando tre triangoli con un lato mancante, e tre figure nere concave.

po esiste indipendentemente dal soggetto che la percepisce. Ma la “realtà” non è altro che una costruzione mnemonica sensoriale, che ci viene in aiuto nella vita quotidiana ed è condivisa da tutti i membri di una società. Diamo per scontato che ciò che percepiamo dal mondo esterno attraverso i sensi siano copie esatte degli oggetti, così come sono “in sé stesse”. Ma ne siamo sicuri?

I movimenti artistici operanti nel settore delle arti visive, che si sono succeduti nel tempo, hanno sempre cercato di educare la società a “vedere” il mondo nella maniera più fedele possibile, mettendo a punto a tal scopo tecniche e strumenti in grado di rappresentare e misurare con precisione gli oggetti e lo spazio che li contiene (ad esempio lo studio della prospettiva e l’invenzione della macchina fotografica).

Tra tutti i movimenti artistici ritengo che il Cubismo sia particolarmente efficace per dare una spiegazione alle teorie della percezione e alla distinzione tra “realtà percepita” e “realtà oggettiva”. La realtà percepita differisce dalla realtà oggettiva perché nel momento in cui osserviamo un oggetto nello spazio lo percepiamo in un modo ma lo interpretiamo in un altro. Nel caso di un parallelepipedo, nello spazio tridimensionale possiamo vedere solo le sue superfici esposte verso il nostro punto di vista, alcune delle quali in scorcio parziale le vediamo come dei trapezi; mentre quelle nascoste alla nostra vista le interpretiamo con l’immaginazione – richiamando alla memoria immagini di precedenti esperienze – visualizzandole nella “forma” di perfetti rettangoli.

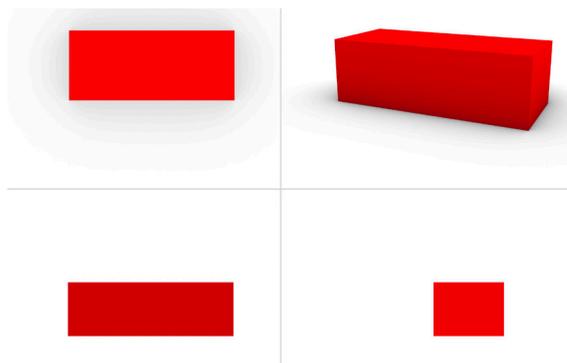
In geometria descrittiva le “proiezioni ortogonali” sono il tipo di rappresentazione grafica con cui è possibile rappresentare oggettivamente le cose; nel caso del parallelepipedo ci permettono di misurare tutti i suoi spigoli nella loro “vera forma e grandezza”, infatti nei piani di proiezione gli spigoli tra loro paralleli hanno tutti la stessa lunghezza; invece, nella “restituzione prospettica”, che è l’immagine della “realtà percepita”, essi hanno lunghezze differenti dovute alle diverse distanze in cui si trovano nello spazio rispetto all’osservatore. Per questo motivo la percezione prospettica dello spazio, non restituendo alla vista la “verità” delle cose, viene definita dal cubismo “illusoria”.

Inspirato anche dalle teorie di Einstein sull’iperspazio – il luogo nel quale l’universo è uno spazio a più dimensioni – il cubismo sviluppa una propria poetica per la rappresentazione della “verità” dello spazio. La rappresentazione dello spazio cubista ricusa l’illusionismo prospettico della “realtà percepita” e sintetizza le tre dimensioni tramite il ribaltamento della profondità sul piano nel quale gli oggetti vengono scomposti e compenetrati, affinché tutte le sensazioni da essi provenienti possano avere lo stesso grado di evidenza e di intensità. Il cubismo vuole sottolineare in tal modo la differenza tra “realtà” e “verità” proponendosi come scopo quello di rappresentare solo la “veri-



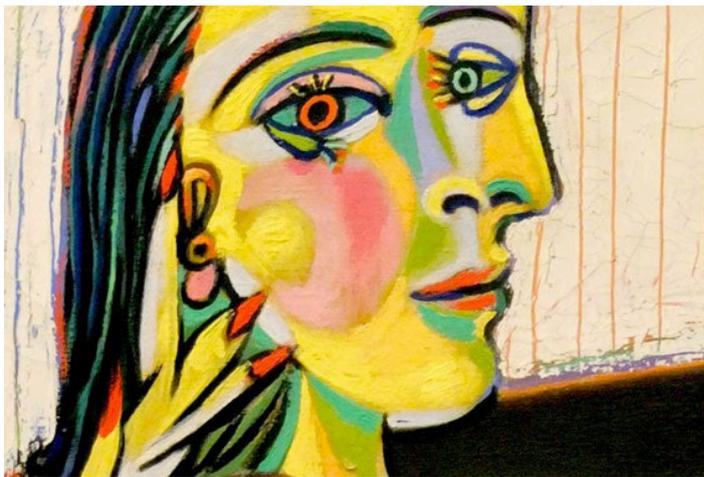
*Vista prospettica di un parallelepipedo*

Anche se vediamo solo due facce del poliedro possiamo comunque intuire il suo volume e immaginare le facce nascoste alla nostra vista grazie alla memoria di esperienze precedenti.



*Proiezioni ortogonali e vista prospettica di un parallelepipedo*

In questa illustrazione, in tre viste il parallelepipedo è rappresentato con proiezioni parallele al piano di riferimento, così da poter vedere in un sol colpo d’occhio tutti i suoi lati, anche quelli nascosti; questo ci permette di misurare i perimetri delle sue faccenne nella loro “vera forma e grandezza”. Nella vista prospettica il parallelepipedo è rappresentato come nella “realtà” dello spazio tridimensionale: in scorcio prospettico con le sue facce visibili a forma di trapezi irregolari; nonostante questo la nostra memoria interpreta e rappresenta le sue facce nella forma di parallelogrammi.



*Pablo Picasso, “Ritratto di Dora Maar”, 1937*

In questo ritratto possiamo vedere come Picasso abbia cercato di rappresentare tridimensionalmente un volto femminile disegnandone i profili – laterale e frontale – in un’unica forma. Nella “realtà” della dimensione spaziale in cui viviamo – dove è possibile vedere solo le superfici delle cose – questa visione è impossibile, perché per osservare una persona nella sua tridimensionalità è necessario il fattore “tempo” per spostarci nello spazio e girare intorno a essa. Per poter vedere una persona nella sua interezza senza spostarci dobbiamo essere in una dimensione superiore, nell’iperspazio, oppure ricorrere alla memoria delle nostre esperienze che ci permette di immaginare ciò che non possiamo vedere in quell’istante e da quel punto di vista.

tà". Così, nelle opere cubiste vengono rese visibili anche le superfici degli oggetti nascoste al punto di vista dell'osservatore, questo perché la loro esistenza è nota all'artista, che può immaginarle grazie alla propria memoria. Nella visione cubista l'oggetto deve sempre essere reso visibile in tutta la sua totalità; questo spiega il perché dei volti e delle cose rappresentati come delle proiezioni ortogonali: perché devono poter essere visti contemporaneamente in tutti i propri lati in un sol colpo d'occhio, essendo questa la "realtà" nello spazio cubista.

La rappresentazione cubista della "verità" non si limita solo al ribaltamento del piano prospettico e alla compenetrazione delle forme, ma richiede anche l'uso del tempo della memoria e dell'immaginazione, sia da parte dell'artista che dello spettatore. Questo perché da «una parte l'artista impiega del tempo per portare nella rappresentazione tutta la conoscenza che egli ha acquisito dell'oggetto, dall'altra lo spettatore spende del tempo per riconoscere l'oggetto raffigurato in un quadro cubista. La percezione [...] implica l'indagine sulla struttura delle cose e dello spazio in cui si trovano. L'artista cubista trasforma il quadro anche in una sfida per la mente di chi osserva.» (*Cubismo*, Enciclopedia Treccani).

Tornando alla realtà quotidiana, la maggior parte delle persone la percepisce e interpreta con schemi mentali archetipi. Questi schemi, contenuti nella nostra memoria genetica, ci fanno esprimere giudizi in favore delle "rassomiglianze". Edmund Burke, nella sua *Inchiesta sul bello e il sublime*, sottolinea il pensiero di John Locke che «osserva che l'ingegno è principalmente versato nel tracciare rassomiglianze: e nota, nello stesso tempo, che il compito del giudizio è piuttosto quello di trovare le differenze.» Burke aggiunge che quando «due oggetti distinti sono dissimili l'uno dall'altro, ciò non ci stupisce; le cose stanno come sono solite stare, e quindi non impressionano l'immaginazione: ma quando due oggetti distinti presentano una rassomiglianza, ne siamo colpiti, prestiamo loro attenzione e ne proviamo piacere. La mente dell'uomo ha per natura una alacrità maggiore e prova una soddisfazione di gran lunga superiore nel tracciare somiglianze piuttosto che nel cercare le differenze: poiché rilevando le somiglianze, noi produciamo *nuove immagini*, coordiniamo, creiamo, allarghiamo la nostra nostra esperienza; ma nel fare distinzioni non offriamo alcun elemento all'immaginazione; il compito stesso è più severo e noioso, e il piacere che ne abbiamo è di natura negativa e indiretta» (Edmund Burke, *Inchiesta sul bello e il sublime*, Aesthetica Palermo, 1991).

Quindi, per Burke il dissimile, lo strano-straniero-estraneo, ci rimane per natura indifferente, quando non ci incute timore o, peggio, ci fa sentire in pericolo. Questo pensiero filosofico sulle nostre capacità critiche collima perfettamente con la "realtà" archetipa; infatti la memoria genetica ci fa riconoscere come rassicurante solo ciò che è più vicino a noi e ci rassomiglia, senza aver bisogno di nessuna esperienza o educazione; invece, per poter apprezzare il dissimile, lo straniero che viene da lontano dobbiamo fare uno sforzo, severo e noioso, e sfidare la nostra natura, dobbiamo educarci e spendere del tempo per comprendere la nuova forma che naturalmente ci appare negativa e indiretta. Alle prime esposizioni delle opere cubiste il pubblico, fino ad allora abituato ad ammirare una rassicurante arte realistica, rimase indifferente o sconcertato. Ma una volta accettata e compresa l'opera cubista ha arricchito la nostra cultura, educando la nostra società a una nuova visione e comprensione del mondo. Il cubismo ci ha permesso di ampliare il nostro immaginario collettivo accogliendo al suo interno nuove forme visive.

Sull'aspetto psicologico del rapporto memoria-percezione, sappiamo che chi opera nel mondo delle arti visive e, in particolare, nel design della comunicazione conosce il funzionamento della percezione e il suo rapporto con la memoria. Il settore della pubblicità, in primis, fa ampio uso di queste conoscenze psicologiche per rendere la comunicazione visiva sempre più efficiente nel modificare le attitudini e le capacità delle persone al fine di condizionarne le scelte e di afferrarne e assecondarne le esigenze. Infatti, le forme della comunicazione visiva, alla base dei processi sociali, possono determinare importanti "cambiamenti", come far scegliere un nuovo prodotto e lasciarne un altro, salire le scale invece di prendere l'ascensore, smettere di bere alcolici, ma anche indurre le persone a essere inclusive verso chi è svantaggiato, a essere accoglienti con lo straniero, a provare empatia verso gli altri. Queste conoscenze sono strategiche, per le capacità di condizionamento che posseggono, perché possono permetterci di costruire ambienti sociali più aperti e inclusivi, affinché le nostre società risultino più disponibili e accoglienti verso il diverso e tutto ciò che è opportunità di arricchimento e miglioramento.

Come amava dire Jorge Frascara «la qualità del graphic design si misura dai cambiamenti che produce nel pubblico». Essendo il graphic designer colui che organizza le forme di comunicazione visiva della società, è inevitabile che le persone vengono condizionate da queste forme. Quindi è importante che possieda un'etica professionale, improntata alla ricerca del bene comune, che sia alla base di un comportamento democratico, perché con il proprio lavoro contribuisce in maniera concreta a costruire quel patrimonio fondamentale di immagini che è la base della nostra memoria sociale.