

# Immagini, materia e oggetti

ANDREA OSTI

(Università di Torino / Collège des Bernardins, Paris)

## *Images, Matter and Objects*

**Abstract:** This paper delves into an examination of the relationship between images, materiality, and objects, employing diverse approaches to critically engage with this nexus. Drawing upon the phenomenology of images articulated by Husserl and Sartre, the study explores the transformative shifts and prominent historical paradigms shaping the conceptualization and interaction with images and their corresponding desires – spanning from idols to icons and artistic works. Expanding upon Benjamin’s thesis, it advances a framework to comprehend the evolving status of “technical” images through the concept of “cleavage” between the image’s support and the image-object, aligning this perspective with derealization theories that construe the proliferation of images as a loss of reality. Ultimately, the paper provides an interpretation of the distinctive phenomenon of digital images and their potential object status, contextualized within emerging practices, advocating for a stance in favor of digital materialism.

**Keywords:** Materiality; Objects; Phenomenology; Derealization.

### 1. *Introduzione*

Nella storia occidentale le immagini sono state prevalentemente considerate come degli oggetti, ossia nel contesto della cultura materiale (Fabietti 2014: 153-218). Il loro fascino e la loro forza derivavano proprio dall’appartenenza all’opaco mondo della materia. Eraclito lanciava la sua

condanna contro coloro che si rivolgevano alle statue di culto (ἄγαλματα) di dèi ed eroi: come parlando coi muri di casa, si finiva così per ignorare la loro vera natura (DK 22B5). Il Dio biblico proibiva la produzione degli idoli materiali oggetto di reverenza, fatti a somiglianza dei viventi del cielo, della terra e delle acque (Lingua 2006: 27-41). I primi teologi cristiani si trovavano a delegittimare gli aspetti più idolatri del paganesimo, tentando al contempo di giustificare il culto dell'icona o l'uso delle immagini materiali per motivi pedagogici (Belting 2001; Lingua 2023). Al disastroso contatto con gli altri nel "Nuovo Mondo", gli Europei non mancarono di ricondurre ai loro vecchi idoli le presunte immagini adorate dalle popolazioni indigene, senza rendersi conto che erano proprio loro stessi a portare con sé, in quel mondo, i loro feticci (Latour 2017: 47-58). E così Charles de Brosses, nel suo fortunato opuscolo *Sul culto degli dèi feticci*, contribuiva all'invenzione di una nuova categoria di matrice illuminista – il feticismo, appunto (Pietz 1987) – per interpretare l'errore dei popoli primitivi e illetterati che attribuiscono intenzionalità agli oggetti, oltre che a piante e animali. Del resto, se, come Freedberg (2009: 470-556), è possibile parlare di un *potere* delle immagini, non è solo in virtù delle loro qualità visibili, ma soprattutto perché le immagini sono corpi sensibili, oggetti del desiderio erotico e carnale. E, a loro volta, le teorie che interpretano il potere delle immagini in termini di *agentività* (Gell 2021; Bredekamp 2015) si basano sul presupposto che le immagini sono degli artefatti dotati di una «capacità di resistenza materiale» (Bredekamp 2015: 22).

Ciò nonostante, non tutte le immagini sono cose, oggetti o artefatti. E, di conseguenza, non tutte le immagini sono, in senso stretto, materia. Seppure l'inglese consenta una distinzione tra immagini materiali (*pictures*) e altri tipi di immagine non forzatamente materiali (*images*) (Mitchell 2017: 71-73), in altre lingue ciò che comunemente si designa come "immagine" presenta molteplici significati. In italiano, ad esempio, è possibile intendere senza alcun problema col termine "immagine" una metafora, una similitudine o una foto; un ritratto di Rembrandt e il fotogramma di un film, ma anche una fantasia, un'allucinazione, un sogno e un ricordo, sia esso vivido o confuso. Ciò non vale soltanto per la nostra modalità ordinaria di concepire le immagini, ma è vero anche considerando epoche storiche molto distanti dalla nostra, la cui "iconosfera" presenta dei tratti radicalmente differenti<sup>1</sup>.

Da un punto di vista più teorico, inoltre, è l'immagine stessa a presentarsi in un senso "duplice" (Wollheim 2000: 137-151): con immagine si può intendere infatti tanto un oggetto fisico riconosciuto culturalmente come tale

<sup>1</sup> Si veda ad esempio la semantica dell'immagine in greco antico (Vernant 2010).

(come una foto e un quadro) quanto un certo tipo di oggetto che si manifesta attraverso un *medium* e che presenta una somiglianza analogica con un altro oggetto (il suo referente o prototipo). In questo senso, può essere considerata un'immagine di Napoleone tanto il quadro, ad esempio, di Jacques-Louis David, esposto al Museo nazionale del Castello della Malmaison, quanto l'oggetto che si manifesta proprio attraverso quel quadro, ossia l'oggetto-immagine Napoleone. Ciò che vediamo *nell'*immagine materiale o *attraverso* di essa è un modo di “darsi” o di “presentarsi” di Napoleone fenomenologicamente e ontologicamente differente da come Napoleone si presenterebbe in carne e ossa<sup>2</sup>.

Sembrerebbe dunque che l'identificazione tra immagine e *cosa* materiale non sia altro che un assunto arbitrario. Da un lato l'esistenza e il riconoscimento culturale di immagini non materiali spingono a pensare che non vi sia alcun legame stabile tra immagini e materia: le immagini materiali sarebbero, in fondo, solo una ristrettissima classe tra tutte le immagini. D'altro canto, considerare l'immagine come il modo di darsi o manifestarsi di un oggetto in uno stato (fenomenologicamente od ontologicamente) “immaginale” porta a vincolare la funzione della materia a quella di semplice *sostrato* dell'immagine, evidentemente intesa come qualcosa di “diverso” o “altro” dal *medium* nel quale appare<sup>3</sup>.

In questo breve saggio cercherò di mostrare come il legame tra immagini e materia sia problematico e, di conseguenza, come tale problematicità renda anche più complessa l'identificazione dell'immagine con un oggetto materiale. Un primo approccio che problematizza il legame tra immagini e materia è quello fenomenologico. Secondo l'approccio fenomenologico l'immagine non è un oggetto materiale, ma è un *modo di darsi* di un oggetto alla coscienza. In questo senso, la fenomenologia si interessa delle immagini dal punto di vista dell'immaginazione e non da quello della cultura materiale (Voltolini 2013: 81-85). Proprio per questo motivo, l'approccio fenomenologico alle immagini

---

<sup>2</sup> Si può considerare questa nozione di immagine sotto due punti di vista: 1) ontologicamente, si tratterebbe di determinare un grado di “realtà” dell'immagine sulla base della sua distinzione rispetto al *medium* nel quale si manifesta e alla materia attraverso la quale “prende carne”, ma anche rispetto al prototipo, inteso come “ciò-a-somiglianza-di-cui” è immagine. Secondo questa prospettiva l'immagine sarebbe una specie di “entità intermedia” (cf. Coccia 2011); 2) fenomenologicamente, come oggetto-immagine (*Bildobjekt*), ossia come il correlato noematico di una coscienza immaginativa. La considerazione fenomenologica dell'immagine è da distinguere quella ontologica perché l'oggetto-immagine non si trova “nel” supporto dell'immagine e non è nemmeno una sua parte, bensì è ciò che risulta dalla “messa tra parentesi” o “neutralizzazione” della percezione e del *medium* – ossia come funzione propria della *coscienza* di immagine.

<sup>3</sup> Si veda, a tale proposito, Plat. *Tim.* 52c2-d1.

presenta delle problematicità: esso sembra prescindere costitutivamente dalle modalità di relazionalità pratica che hanno sempre costituito l'esperienza primaria dell'essere umano nei confronti delle immagini; rapporto che, al contrario, presuppone che l'immagine sia un (s)oggetto individuale. Per guadagnare un concetto funzionale di immagine la fenomenologia deve fare a meno dell'esperienza *antropologica* delle immagini e del loro valore d'uso o sociale.

Tuttavia, non è semplicemente la fenomenologia a mettere in discussione l'idea che l'immagine sia un oggetto. Nel § 2 analizzerò la tesi di Benjamin a proposito della riproducibilità tecnica dell'immagine, sostenendo che la nuova situazione mediale dell'immagine materiale, in base al paradigma della riproducibilità tecnica, comporti una problematizzazione del suo carattere individuale: la nuova situazione mediale delle immagini materiali sembra rivelare un processo di alleggerimento degli oggetti-immagine dal loro *medium*, favorendo in questo modo l'affermarsi di una tesi generale di carattere storico e ontologico la quale prevede, sulla base di una contrapposizione metafisica – e non solo fenomenologica – tra *immaginabile* e *reale*, che la derealizzazione mediatica del mondo conduca a una perdita della spazialità e del carattere materico del reale a favore del dominio della pura parvenza – ossia delle immagini.

Una tesi di questo tipo sopravvive fino alle teorie che considerano la rimediazione del reale attraverso le tecnologie digitali – e, in particolar modo, è portata avanti dalla narrazione che descrive la realtà mediale della rete in un senso immateriale (§ 3). Il mio obiettivo è di considerare le immagini digitali in questo contesto, cercando di proporre, seppure in forma abbozzata, una prospettiva materialista (§ 4) che si sforzi di rintracciare un possibile statuto oggettuale delle immagini digitali in un rinnovato interesse per le *pratiche* d'uso piuttosto che per il loro statuto tecnico e teorico.

## 2. *L'approccio fenomenologico all'immagine materiale*

Nella prima parte de *L'imaginaire* Sartre propone una tassonomia dell'immagine. Partendo dall'assunto che l'immagine non è un oggetto, una cosa, ma «una certa maniera dell'oggetto di presentarsi alla coscienza» (Sartre 1980: 18), è possibile descrivere la classe delle immagini seguendo le differenti modalità con cui la coscienza immaginativa intenziona i suoi oggetti. Agli estremi di questa classe si trovano l'immagine materiale e l'immagine mentale. L'immagine materiale si impone anzitutto come cosa sensibile e opaca, dal momento che «la materia può venir percepita di per sé: non appartiene alla sua

specifica natura che debba funzionare come materia d'immagine» (35). Un quadro, una caricatura e una fotografia, ad esempio, sono cose che fanno parte della sfera materiale: in linea di principio, nessuna di loro è obbligata a rimandare analogicamente a qualcos'altro. Quando interviene la coscienza immaginale, invece, la materialità di tali oggetti viene messa tra parentesi, risulta di colpo annullata: deve subentrare un tipo di materialità diversa da quella sensibile, una materialità funzionale all'intenzione della coscienza immaginale.

Questa nuova materia di cui parla Sartre non è altro che ciò di cui la coscienza si serve per intenzionare un oggetto assente o inesistente (Sartre 1980: 39). La materia diviene dunque un semplice *medium* trasparente, facendo perdere all'immagine la sua natura cosale e opaca: da oggetto materiale l'immagine diventa un mezzo «per richiamare il proprio oggetto, come ci si serve di tavolini traballanti per evocare gli spiriti» (Sartre 1980: 38). In questo senso, allora, la “cosalità” di un'immagine non è altro che un mero accidente: a un oggetto sensibile, semplicemente, *accade* di essere immagine. Se è pur vero che la materialità sensibile delle immagini oppone una certa “resistenza” (86) alla coscienza immaginale, la loro peculiarità consiste proprio nell'imporsi in quanto cose solo in un senso teorico: poiché vi è qualcosa, in tali oggetti, che tende a porsi fin da subito “in rilievo” (86).

Nei casi intermedi tra l'immagine materiale e l'immagine mentale (Sartre 1980, 47-89) il contenuto sensibile tende sempre di più a impoverirsi mentre l'immaginazione tende sempre più a “proiettare” o vedere nell'immagine quanto essa vi pone (Gombrich 1965: 221-289). E così, man mano che ci si allontana dall'immagine materiale, emerge progressivamente il carattere accidentale della materia sensibile e si impone con maggiore evidenza quello di tipo funzionale-mediale. Procedendo verso l'immagine mentale sarà sempre più complesso parlare di immagini in quanto cose. L'immagine mentale, del resto, non è altro che un contenuto privo di exteriorità; un contenuto che non obbedisce al principio di individuazione o al principio di identità (Sartre 1980: 140-148) e in cui la materia sensibile non ha nemmeno più il carattere dell'accidente. In fondo, si potrebbe semplificare il discorso di Sartre affermando che quanto interessa all'approccio fenomenologico non è la materialità dell'immagine, ma la *funzione materiale o mediale* di cui di volta in volta la coscienza immaginativa deve servirsi per intenzionare i suoi oggetti.

Il concetto di immagine, dunque, è ambivalente (Wiesing 2014: 44-47). L'immagine è tanto un oggetto materiale quanto un oggetto puramente immaginale – il correlato noematico della coscienza d'immagine – che funge

da sostituto analogico di un altro oggetto. Era stato già Husserl (2017: § 9)<sup>4</sup>, tuttavia, ad avere messo in luce siffatta ambivalenza nella terza parte del corso del 1904/1905, che ha per oggetto la coscienza di immagine e la fantasia. Quando si afferma che un'immagine è appesa a una parete; che è stata distrutta o lacerata; che è stata trafugata o è stata restaurata, ci si riferisce all'immagine in quanto oggetto: un'immagine-cosa (*Bildding*). Col termine "immagine" si può intendere, però, proprio l'oggetto che si dà alla coscienza in uno stato immaginale e che funge da rappresentante analogico per un altro soggetto: ciò che Husserl chiama oggetto-immagine (*Bildobjekt*, da questo momento BO)<sup>5</sup>. Ogni volta che parliamo di quanto appare alla coscienza di immagine attraverso un supporto materiale, e cioè del BO, perdiamo di vista i pigmenti, la carta, la tela attraverso cui appare (il *Bildträger*, da questo momento BT): ci concentriamo unicamente sugli oggetti che appaiono nell'immagine – attraverso il BT. Anche per Husserl, dunque, la materia diventa un semplice *sostrato* (Husserl 2017: 219-220) che ha il compito di "risvegliare" quella che è chiamata "immagine spirituale" (*geistiges Bild*)<sup>6</sup>, e cioè il BO.

Naturalmente, non basta che un oggetto appaia o si manifesti attraverso qualche forma di supporto perché si possa parlare di immagine. In generale, la coscienza di immagine (*imaginatio*)<sup>7</sup> è piuttosto il risultato di una duplice apprensione (*Auffassung*): l'una, l'apprensione primaria, con cui abbiamo una manifestazione-apprensione del BO; l'altra, con cui abbiamo un'apprensione del BO in quanto rappresentante per somiglianza del "soggetto" dell'immagine (*Bildsubjekt*, da questo momento BS). La seconda apprensione fornisce la relazione tra il BO e il BS, nei confronti del quale si dirige l'intenzione (*Meinen*) della coscienza di fantasia. Di conseguenza, per Husserl è assolutamente chiaro che l'immagine in quanto cosa fisica (*Bildding*) è distinta dall'immagine che funge da rappresentante (*das repräsentierende Bild*) o da sostituto (*Stellvertreter*) per il BS; ed è anche chiaro come il BO sia assolutamente distinto dal BS, di cui offre un certo tipo di intuizione<sup>8</sup>.

L'interpretazione husserliana dell'immagine come oggetto proprio della *imaginatio* fornisce al contempo anche un'interpretazione ontologica del BO.

---

<sup>4</sup> Per un confronto tra le posizioni di Sartre – che naturalmente non aveva accesso ai materiali del corso, pubblicati solo nel 1980 – e Husserl in merito alle immagini materiali si veda Wiesing (1996).

<sup>5</sup> Husserl (2017: § 9; § 11).

<sup>6</sup> Husserl (2017: § 10; § 25). Sullo "sguardo spirituale" (*geistiges Blick*) rivolto al BO in quanto *Fiktum* si veda anche Husserl (1976: 248).

<sup>7</sup> Sulla distinzione tra i due sensi di *imaginatio* cf. Husserl (2017: §§ 41-42).

<sup>8</sup> Cf. Husserl (2017: § 14).

Sebbene il BO manifesti e renda intuitivo il BS, offrendone una forma di presenza, esso non ha propriamente un'esistenza reale: «L'oggetto-immagine non esiste veramente [*wahrhaft existiert das Bildobjekt nicht*]. [...] esso non possiede affatto esistenza [*es hat überhaupt keine Existenz*]» (Husserl 2017: 26-27). Ciò che conta perché qualcosa sia davvero immagine di qualcos'altro non è la sua *esistenza* in quanto oggetto, ma che vi sia una certa relazione analogica tra quanto si manifesta figurativamente (il BO) attraverso un supporto (BT) e il BS, correlato a una specifica direzione che concerne l'interesse del rimando (dal BO al BS – come nel caso dei segni iconici – o dal BS al BO – come nel caso delle immagini propriamente dette)<sup>9</sup>. In quanto oggetto materiale l'immagine è realmente esistente; in quanto è un oggetto-immagine, essa non ha esistenza, non è un essere “reale”<sup>10</sup>. Occorrerà così distinguere tra il “presentare” (*Gegenwärtigen*), proprio degli oggetti che si danno nella percezione, e il “presentificare” (*Vergegenwärtigen*) proprio di quanto si manifesta attraverso un'immagine<sup>11</sup>. Si potrebbe dire che lo stato in cui un oggetto si presenta alla coscienza come “immagine” di qualcos'altro sia essenzialmente de-realizzato: cogliere un'immagine *in quanto immagine* significa mettere tra parentesi la realtà sensibile ed “elevarsi” in quella puramente immaginale<sup>12</sup>. Per esprimerci diversamente, la coscienza di immagine costituisce un esempio di modificazione neutralizzante della posizione (*Setzung*) di esistenza *reale* di un oggetto percepito (Husserl 1967: 244). L'oggetto-immagine «è consaputo come esistente, ma come esistente-per-così-dire [*als gleichsam-seiend in der Neutralitätsmodifikation des Seins*] nella modificazione di neutralità dell'essere» (Husserl 1967: 245).

Ciò nonostante, bisogna notare che, rispetto a Sartre, Husserl continua a considerare la mediazione dell'immagine materiale come un caso del tutto particolare di “presentificazione” – ossia come un caso di presentificazione “impropria” (*uneigentlich*) che «si compenetra con una coscienza presentativa

<sup>9</sup> Cf. Husserl (2017: §§ 15-16): pur rimandando al di là di se stessa, la rappresentazione simbolica si distingue da quella propriamente iconica per il fatto che l'una rinvia verso l'esterno (come ad esempio un segno analogico memorativo, un *hypomnema*), l'altra rinvia sempre a un'altra cosa, ma lo sguardo intenzionale (*der meinende Blick*) è rivolto verso l'interno, ossia nell'immagine stessa. Si tratta di uno sguardo che “guarda puramente nell'immagine” (*sich rein in ein Bild hineinschaut*).

<sup>10</sup> Sul carattere irreali del BO si veda soprattutto Wiesing (2014: 69-70).

<sup>11</sup> Sull'origine di questa terminologia rispetto alla riflessione husserliana intorno alla coscienza interna del tempo cf. Bernet et al. (1992: 189-190).

<sup>12</sup> Husserl, a tale proposito, fa riferimento a un venire “sollevati” (*herausgehoben*) dalla realtà empirica (*empirische Wirklichkeit*) e a un essere “innalzati” (*emporgehoben*) nel mondo del carattere d'immagine (*intuitive Welt der Bildlichkeit*) (Husserl 2017: §19).

[*präsentativen*]]» (Husserl 2017: 102): infatti, con l'immagine materiale abbiamo sempre e comunque come base dell'apprensione del BO un dato di tipo sensibile (Husserl 2017: 27; 54). Si prenda come esempio un'incisione<sup>13</sup>. La coscienza immaginativa non ha apprensione del disegno come un insieme di tratti e ombreggiature su una superficie cartacea. Fin dove si estende il disegno non si vede *materia*, ma forme plastiche in cui si trova presentificato il BS. Tuttavia, l'incisione ha un margine bianco di carta; un quadro ha una cornice e quest'ultima si staglia di contro alla parete a cui è appesa; la parete, a sua volta, fa parte di una stanza: «Tutto ciò» – sottolinea Husserl – «non è privo di significato» (55). In effetti, la percezione dell'ambiente circostante continua a porre una certa resistenza alla coscienza di immagine, quasi a ricordare che un BO si staglia sempre *a partire da una certa spazialità e disposizione della materia*. Ma, d'altro canto, dove l'apprensione dell'immagine coincide con la percezione della materia (e cioè sulla superficie delimitata dalla cornice), la prima “scalza” la seconda: in un simile contrasto (*Widerstreit*) l'apprensione immaginale “vince”, inglobando il contenuto sensibile nella sua “nullità” e “irrealtà”. In questo contrasto, dunque, si può sintetizzare l'ambiguità dell'immagine: in quanto cosa essa è ancora lì, perché appartiene a un mondo di oggetti collocati spazio-temporalmente; in quanto essa porta a manifestazione qualcosa, essa è “meramente” (*bloss*) immagine, è un *nulla (es ist... ein Nichts)* (56)<sup>14</sup>.

Per quanto Husserl, dunque, non metta del tutto da parte la cosalità dell'immagine mediante il ricorso all'idea di “contrasto”, sembra che per caratterizzare l'immagine da un punto di vista fenomenologico si possa in ogni caso fare a meno dell'identificazione tra immagine e *oggetto*; tra immagine e *materia sensibile*. D'altro canto, il vantaggio dell'impostazione fenomenologica (specialmente quella sartriana) è che, di fatto, risulta attenuata la differenza tra immagini materiali e immagini mentali: ciò che definisce un'immagine per la fenomenologia è la presentificazione (sulla base di un'analogia per somiglianza) di un assente (Ricoeur 2002: 44-46); una funzione che solo *accidentalmente*, dunque, si serve della mediazione di oggetti materiali. Considerare l'immagine materiale sotto questa prospettiva, tuttavia, ha un grande prezzo antropologico: significa escludere dall'analisi fenomenologica tutto ciò che non rientra in un “atteggiamento estetico”<sup>15</sup> (le immagini sono

<sup>13</sup> Cf. Husserl (2017: § 22); Husserl (1967: 244-245).

<sup>14</sup> Su questi aspetti rimando a Eldridge (2018: 561-562).

<sup>15</sup> Si potrebbe obiettare che tale fare a meno della cosalità dell'immagine materiale e dei relativi rapporti intramondani sia già fondamentalmente implicito nel carattere di modificazione di neutralità della percezione che è connaturato, per Husserl, alla coscienza di immagine (Husserl 1976: 243-250; cf. anche Eldridge 2018: 562-565). Per via di questa affinità con l'ἔποχῃ, la



state – per secoli, se non addirittura per millenni – adorate, toccate, amate, distrutte, bruciate nel fuoco; sono state bacciate, vestite e adornate). Ma, soprattutto, significa tralasciare la compenetrazione tra immagine e desiderio, tra sguardo e venerazione, dal momento che le immagini sono inserite in una rete di *pratiche* e di *relazioni* (di cui sono parte o che contribuiscono esse stesse a formare) mentre il loro statuto “cosale” ha sempre oscillato tra l’essere un *soggetto agente* e un *oggetto inanimato*. Che un’immagine sia oggetto di considerazioni estetiche<sup>16</sup> è piuttosto sintomo di un atteggiamento moderno: presuppone, cioè, la trasformazione dell’immagine in opera d’arte (Belting 2001: 13-32) – o, come l’ha definito Gombrich (1965: 242; 246-252), il passaggio dalla fase di Pigmalione a quella dell’immaginazione.

### 3. *Il clivaggio dell’immagine tecnica e la derealizzazione mediatica*

L’approccio fenomenologico mette sotto scacco l’idea che l’immagine sia un oggetto. Non è però solo la fenomenologia a rendere problematica tale identificazione. Sono stati soprattutto i cambiamenti apportati dall’introduzione dei nuovi media visuali e audio-visivi, nel XX secolo, ad avere modificato lo statuto oggettuale delle immagini (Feyles 2013). Dapprima strappate dai loro luoghi di culto e in seguito dai musei, le immagini si sono disseminate nella vita quotidiana e hanno invaso una serie di altri *media* divenendo parte dell’esperienza ordinaria del mondo (Anders 2020: 61; Pinotti, Somaini 2016: 3-17; 69-106). Si tratta di quella che Benjamin ha ribattezzato come l’epoca della riproducibilità tecnica dell’immagine (Benjamin 2006).

La moltiplicazione esponenziale delle nuove visibilità, inoltre, contribuisce all’affermarsi di una tesi generale di carattere ontologico, riconducibile al ventaglio delle teorie della derealizzazione mediatica (Gurisatti 2012). Le immagini, secondo queste teorie, proprio in virtù del fatto che non sono delle cose, contribuirebbero alla morte del “reale” nel dominio della pura “parvenza”. In questo senso, quell’annullamento o elevazione dal mondo della materia che per Husserl e Sartre costituiva il presupposto necessario per la coscienza immaginale, diviene qui il destino dell’esperienza generale dello spettatore moderno, il quale smarrisce il senso della realtà spazio-temporale del

---

neutralizzazione propria della coscienza di immagine è stata interpretata da Ricoeur (2002: 54-55) come «l’anima del gesto filosofico di Husserl».

<sup>16</sup> Cf. Husserl (2017: § 17). Si veda anche, a tale proposito, quanto viene esplicitato in Husserl (1976: 244-245) a proposito della *ästhetische Betrachtung*: è proprio in questo atteggiamento “puramente” (*rein*) estetico che le immagini non vengono considerate come “oggetti” (*Objekte*) o come “cose” (*Dinge*), bensì come oggetti-immagine.

mondo, dell'individualità e dell'unicità delle cose e degli eventi, per vivere in un universo di *apparenze irreali*, ossia di immagini<sup>17</sup>.

Cercherò di sintetizzare questi aspetti in due punti: il primo riguarda il cambiamento dell'immagine relativamente al suo statuto di "cosa" (*Bildding*); il secondo riguarda la derealizzazione intesa come l'affermarsi progressivo del carattere *immaginale* del mondo, causato dalla diffusione dei nuovi media audio-visivi, a discapito del suo "autentico" e "originario" carattere *reale*.

1. Anzitutto, la *tecnicizzazione e riproducibilità* dell'immagine comporta una sua perdita di *auraticità*, nel senso in cui l'ha concepita Benjamin (2006). Prima della sua riproducibilità tecnica, l'immagine era un oggetto individuale, unico e inconfondibile, situato in uno spazio specifico e avente una sua propria temporalità. È piuttosto complesso, considerando quella che Debray ha chiamato "l'era degli idoli" (2004: 181-185), stabilire se in questo caso sarebbe maggiormente appropriato considerare le immagini più sul versante di un *oggetto* che su quello di un *soggetto* agente (Gell 2021: 25-40): seppure distinte dall'umano, le immagini avevano spesso origini miracolose e preservavano, come sue parti o tracce, il potere e la forza del loro prototipo (come nel caso delle immagini acheropitiche) o, più semplicemente, erano artefatti dotati di un'agentività che conferiva loro lo statuto di soggetti agenti. L'accesso primario nei confronti delle immagini non era dato dal valore visivo o estetico, bensì da quello culturale, «il suo primo e originario valore d'uso» (Benjamin 2006: 307). «Di queste figurazioni» – sostiene Benjamin – «si può ammettere che il fatto che esistano è più importante del fatto che vengano viste» (309).

Il valore culturale delle immagini potrebbe essere interpretato nel contesto di un desiderio *aptico*: c'è un desiderio di toccare le immagini che va di pari passo col desiderio di essere toccati da un (s)oggetto *realmente esistente* che agisce in quanto materia, come se si trattasse di una sua parte, secondo il modello della magia contagiosa, o del soggetto stesso in carne e ossa che si manifesta *come* immagine. La reverenza tributata all'immagine non è dovuta all'abilità e maestria dell'artista, ma al fatto che tali oggetti *presentano* piuttosto che *presentificare*. Quando l'immagine materiale da idolo diventa opera d'arte viene meno il desiderio aptico e, di conseguenza, anche l'immagine come *reale* (s)oggetto agente: la coscienza immaginale si perde nella presentificazione di

---

<sup>17</sup> Le teorie della derealizzazione mediatica si pongono dunque su un piano ontologico e sfruttano la "duplicità" insita al concetto di immagine. Se l'immagine è *ontologicamente differente* da ciò che è reale, il problema della coscienza non viene più posto: ciò che è immagine, semplicemente, corrisponde a "ciò che non è reale".

un BS in un BO *irreale*, senza spazio né tempo; la materia dell'immagine diviene semplice sostrato.

Oppure, considerando la direzione inversa dell'interesse nei confronti del BS, si potrebbe dire che l'idolo, prima di divenire opera d'arte, si fosse già trasformato in icona: secondo il patriarca di Costantinopoli Niceforo I, ad esempio, l'immagine materiale non è l'incarnazione *reale* di un invisibile, in quanto essa non è in grado di *circoscrivere* (περιγράφειν) il divino, ma solamente di *inscrivere* (γράφειν) la forma umana che quest'ultimo ha assunto, e cioè una sembianza visibile – dunque un rapporto estrinseco – che ha lo scopo di rimandare al prototipo<sup>18</sup>. Un'immagine materiale non può replicare il mistero dell'incarnazione. L'immagine rimane così un mero *hypomnema* visivo con lo scopo preciso di richiamare analogicamente una realtà invisibile (Lingua 2006: 101-120).

Il desiderio aptico perde progressivamente le sue connotazioni magiche e rituali e diviene un desiderio *spettatoriale* o *contemplativo*. Il modello della spettatorialità estetica, però, esattamente come quello dell'icona, è ancora caratterizzato dall'*auraticità*, e cioè dall'individualità spaziale-temporale dell'immagine. Si potrebbe invece affermare, prendendo spunto da un'espressione utilizzata da Floridi (2017) a proposito del digitale, che la riproducibilità tecnica dell'immagine metta definitivamente in crisi l'idea che l'immagine sia una "cosa" operando un *clivaggio* profondo tra il sostrato dell'immagine, il BT, e ciò che in essa si mostra, il BO: i nuovi "apparati" (come l'obiettivo della macchina fotografica o la macchina da presa) rendono il BO potenzialmente replicabile su dei supporti che non hanno nulla a che fare con quello dell'immagine originale<sup>19</sup>. Se nel caso delle immagini materiali la manifestazione di un BO era inscindibilmente *legata* a un supporto che, in ultima istanza, dipendeva dall'individualità di un determinata immagine-cosa, ora il BO di un'immagine materiale può venire come "staccato" dal suo supporto e le sue informazioni visive possono essere tradotte, trasferite e replicate in serie.

Le nuove forme di supporto delle immagini, sotto questo punto di vista, sono molto più simili agli *specchi* che ad altri supporti pesanti, come la tela, i pigmenti e il marmo, i quali imprigionano e legano l'informazione visiva a un oggetto individuale. In questo senso si potrebbero paragonare gli specchi agli

<sup>18</sup> AR II, 356-369.

<sup>19</sup> Si veda, a tale proposito, il concetto di "transmedialità" (Pinotti, Somaini 2016: 160-162) o di "trasposizione" e "migrazione" delle immagini da un medium all'altro (Mitchell 2017: 71-73).

schermi per determinare la nuova situazione mediale delle immagini<sup>20</sup>: i BT delle immagini tecniche sono concepibili alla stregua di superfici diafane e neutre, in grado di riflettere qualsiasi tipo di immagine possa venire loro trasmesso. Con la sua riproducibilità tecnica l'immagine inizia un processo di *alleggerimento* da una materia "pesante", che la teneva inchiodata a un supporto, per accoglierne così una più "leggera".

2. La riproducibilità e tecnicizzazione dell'immagine contribuisce all'affermarsi di una tesi di carattere ontologico, la quale prevede che la diffusione, riproduzione e dispersione delle immagini nei contesti più disparati della vita quotidiana contribuisca a una perdita di realtà del mondo e, di conseguenza, a un progressivo alleggerimento del "reale" dalla materia (Gurisatti 2012). Come aveva già notato Benjamin (2006: 316-317), gli "apparati" si comportano come degli specchi che sono in grado di acquisire automaticamente le immagini dei corpi. Ogni cosa, in questo modo, può essere separata dal luogo in cui si trova trasformandosi in un'immagine il cui valore figurativo può essere tradotto in informazione e dunque trasmesso e replicato. È in questa direzione che Anders (2020: 56-61) parla del processo di derealizzazione come una forma di "platonismo industriale", dove le *copie*, ossia le immagini, guadagnano un primato ontologico sull'originale.

Al desiderio aptico, che caratterizzava le immagini in quanto (s)oggetti e al desiderio contemplativo e spettatoriale dell'icona e dell'opera d'arte, subentra un desiderio *voyeuristico* (Anders 2020: 170). Dal momento che è il mondo a presentarsi all'essere umano sotto forma di immagine e non siamo noi a recarci presso il mondo, allora il nostro rapporto nei confronti del reale si trasforma nel desiderio di consumarlo passivamente attraverso la sua rappresentazione *irreale* – cioè *immaginale*. Possiamo solo evocarlo, ma non possiamo maneggiarlo.

I teorici della derealizzazione mettono dunque in relazione l'immagine tecnica a un progressivo divenire-*immaginale* (irreale) del mondo (del reale). Contrapponendo l'immaginale al reale, tuttavia, i teorici della derealizzazione mediatica si pongono nel solco di una certa interpretazione dell'eleatismo, e cioè sotto l'egida di quella che è stata chiamata da Stengers (2014) la "grande partizione": quella tra *essere e parvenza*, tra "ciò che è" (τὸ ὄν) e "ciò che appare" (δόξα). È stato infatti sulla base dell'eleatismo parmenideo – e della nota

---

<sup>20</sup> Il significato che mi interessa dello schermo nel contesto di questo saggio è volutamente imagocentrico. Per una sintesi sulla *screenology* e sulla questione degli schermi rimando a Pinotti e Somaini (2016: 142-146) e Carbone (2023).

contrapposizione tra νόος e δόξα<sup>21</sup> – che l’atto di fondazione della metafisica occidentale ha coinciso anche con la prima grande teoria dell’immagine (Vernant 2010: 27; 46): l’opposizione teorizzata da Platone tra ciò che è *realmente* (τὸ ὄντως ὄν), l’idea, e ciò che è *apparentemente* (τὸ φαινόμενον), il mondo sensibile, è a tutti gli effetti un’opposizione *iconica*<sup>22</sup>. Nonostante sia problematico definire Platone come dualista (e a maggior ragione Parmenide), la contrapposizione tra *essere e parvenza* è stata interpretata nel corso del pensiero occidentale come una differenza tra “mondi” *separati* piuttosto che come una differenza ontologica di tipo modale (De Cesaris 2023). In questo senso, “ciò che appare” non viene inteso come un modo di manifestarsi, di darsi o di estrinsecarsi di “ciò che è realmente”, ma viene considerato semplicemente come l’*essere* proprio di tutte le cose che fanno parte di un mondo *altro* rispetto al primo: un mondo epistemicamente inaffidabile, ingannevole e in perenne mutamento contrapposto a un altro mondo epistemicamente affidabile, trasparente e immutabile.

Per i teorici della derealizzazione esiste sempre, in maniera implicita o esplicita, un presunto “reale” (ὄντως ὄν) che precede, da un punto di vista assiologico, normativo e ontologico, l’*apparente* (τὸ φαινόμενον) (Perniola 2010: 74-78). Autori come Adorno, Anders, Baudrillard e Virilio (Gurisatti 2012: 87-160; 205-248), ad esempio, non trascurano affatto gli *effetti di realtà* delle immagini, la loro ecologia e il contesto sociale e culturale nel quale sono diffuse, il modo in cui esse riconfigurano la percezione e la sensorialità dell’umano, ma partono dal presupposto valoriale che il *reale* sia più autentico, abbia più *peso* e sia *antecedente* all’immaginale. Per questo motivo le nuove immagini sono state spesso considerate come generatori di pseudoambienti, pseudorealtà o pseudoesperienze (Boorstin 1971).

#### 4. Agli albori dell’immagine digitale

La questione della derealizzazione del mondo è stata percepita in tutta la sua portata coi cambiamenti epocali introdotti dalle tecnologie digitali. Per Virilio (2000: 12-13; 110-111) l’affermarsi su scala mondiale della rete e dei nuovi tipi di schermi comporta una perdita di realtà, una perdita dello spessore del mondo e della sua *geografia* (9): un processo che implica il suo appiattimento alla dimensione puramente ottica. «Il RILIEVO dell’evento “telepresente” da questo momento prende di fatto il sopravvento sulle tre dimensioni del volume

<sup>21</sup> DK 28 B1, 29-30; B8, 51; 61.

<sup>22</sup> Cf. Osti (2022).

degli oggetti o dei luoghi qui presenti» (13). Il processo di de-materializzazione del mondo andrebbe così di pari passo con l'affermarsi della “grande ottica” a discapito della “piccola ottica” di matrice rinascimentale (Virilio 1992): mentre quest'ultima si basa sulle tre dimensioni spaziali, presuppone una distinzione tra vicinanza e lontananza rispetto all'osservatore per via di un orizzonte a partire dal quale si stagliano le apparenze del mondo sensibile, la grande ottica è basata sul tempo, sulla costante della velocità della luce. Con l'emergere della grande ottica il nostro mondo viene popolato da una miriade di immagini trasmesse ovunque in tempo reale. Affinché possa essere messa in rilievo, la realtà deve diventare “stereo”, un mero effetto di realtà dato dalla sovrapposizione dell'*attuale* e del *virtuale*: «Al volume materiale e geometrico di un oggetto succede allora quello, immateriale ed elettronico, dell'informazione» (Virilio 2000: 112).

Di fatto, seppure Virilio parli di stereo-realtà (e cioè di un'unica realtà il cui effetto è dato dal sovrapporsi di *attuale* e *virtuale*), si tratta di adottare la prospettiva dei teorici della derealizzazione e di riproporre lo schema eleatico che oppone *essere* (realtà) e *parvenza* (immagine) mediante i concetti di “reale” e “virtuale”: il reale precederebbe valorialmente e ontologicamente il virtuale in controtendenza rispetto al momento storico attuale, che privilegia il secondo a discapito del primo. Come tuttavia ha evidenziato Stéphane Vial (2014), non è nella sua dimensione di *non-attualità* che la percezione del virtuale si è venuta a imporre nella nostra visione del mondo<sup>23</sup>, ma in quella di *irrealtà*, come se gli oggetti virtuali fossero oggetti fittizi, non pienamente reali (Chalmers 2017). È soprattutto nell'uso quotidiano del termine *virtuale* che si è innestato quello che Jurgenson (2012) ha chiamato “dualismo digitale”, e cioè l'idea che esistano due *mondi separati* (Vial 2016; De Cesaris 2023), l'uno fisico e l'altro immateriale, l'uno reale l'altro irreal; che la realtà prodotta dalle tecnologie digitali sia meno “essente” di quella del mondo fisico e che sia costitutivamente ingannevole (Flusser 2018). In tal senso, la virtualizzazione non sarebbe altro che la fase finale dei processi di derealizzazione.

A supportare questa narrazione intervengono probabilmente la metafora dell'*alleggerimento*<sup>24</sup> (intesa come contrapposizione tra componente *hard* e *soft*) e anche un certo immaginario cyberpunk (Dery 1996) che, a loro modo, hanno riproposto in veste secolarizzata l'antico dualismo tra anima e corpo. Le tecnologie digitali, infatti, consentono in maniera molto più incisiva rispetto

<sup>23</sup> Il dibattito sul virtuale si è sviluppato soprattutto in area francese. Per una sintesi rimando al già citato contributo di Vial (2014).

<sup>24</sup> Cf. Granata (2009: 33-101); Formenti (2000: 36-42).

alle tecnologie della comunicazione precedenti il trasferimento dell'informazione tra dispositivi, contribuendo a quello che ho chiamato "clivaggio" tra il supporto dell'informazione e l'informazione stessa. Rispetto al mondo analogico, il contenuto informazionale viene reso potenzialmente indipendente dalla individualità del suo "imballaggio" materiale (Rice et al. 2020, p. 2; Negroponte 1995, 1-11), analogamente alle teorie antiche orfico-pitagoriche (riprese poi dalla tradizione gnostica<sup>25</sup>), le quali avevano introdotto nella speculazione filosofica l'idea che l'anima fosse indipendente dal corpo, inteso come "prigione" o come "veste" dell'anima – e, di conseguenza, la convinzione che la fisicità del corpo e del mondo fosse qualcosa di obsoleto, di cui liberarsi (Gunkel 1998).

Questo, chiaramente, ha delle notevoli ripercussioni su tutte le visibilità digitali che si manifestano sugli schermi (Formenti 2000: 29-30): «l'informazione che appare sullo schermo [...] è del tutto indipendente dalla propria localizzazione materiale». Ci ritroviamo nuovamente di fronte all'idea che il BO, tradotto in pura informazione binaria, sia reso più *leggero* e sia così in linea di principio separabile e indipendente dal supporto materiale. Il clivaggio dell'immagine preconizzato da Benjamin troverebbe nel mondo digitale la sua massima espressione.

Che dire allora rispetto alle immagini digitali in quanto oggetti? È possibile parlare delle immagini digitali come un nuovo tipo di oggetto (*Bildding*)? Se la risposta è positiva, sarà ancora possibile parlare di materia? Chiaramente questi interrogativi non sono nuovi: le visibilità digitali hanno suscitato un intenso dibattito. In una prima fase (corrispondente grossomodo al Web 1.0), una parte consistente degli studi si è incentrata sull'*infografica* e la *videografica* (Colombo 1995) e sul passaggio dall'immagine "elettronica" a quella "post-elettronica" (Granata 2009: 127-180; Couchot 1998). Ci si è ad esempio interrogati su quanto il carattere numerico e discreto delle nuove visibilità digitali fosse in contrasto o in continuità con quello analogico (Gasparini 1990; Marra 2006; Mitchell 1992; Lingua 2020), soprattutto per il fatto che le cosiddette "immagini di sintesi" sembrano aver perso qualsiasi referenza diretta col loro prototipo o referente "esterno", essendo generate interamente da modelli matematici e algoritmici<sup>26</sup>. Si è così trovato che le nuove icone sono immagini in quanto *scritte* in profondità attraverso un linguaggio che, solo come risultato, produce un effetto visivo di *superficie*; una commistione

<sup>25</sup> Cf. Formenti (2000: 88-95).

<sup>26</sup> Sulla simulazione come orizzonte sistemico delle visibilità digitali cf. Hinterwaldner (2017) e Quéau (1986). Su questi temi mi permetto di rimandare a Osti (2021: 27-30).

di elementi visivi ed elementi logici (Grube 2005; Nake 2005; Hessler 2006; Striano 2020), dunque, arrivando anche, in certi casi, a mettere in dubbio la legittimità dell'espressione "immagine digitale" proprio a causa della eterogeneità tra le informazioni (i dati delle "immagini") e il visivo (le manifestazioni di tali dati) (Pias 2003)<sup>27</sup>.

In una prima fase gli studi sulle immagini digitali si sono concentrati sulle novità tecniche di tali visibilità, muovendo dal presupposto che a un nuovo statuto tecnico sarebbe corrisposto anche un nuovo statuto estetico. Di fatto, il primo interesse nei confronti delle immagini digitali si è spesso limitato alla produzione di video-artisti, registi, designer e fotografi (Manovich 2010: 169-189) o alle implicazioni pratiche delle immagini prodotte dalle tecnologie di VR (*Virtual Reality*) e AR (*Augmented Reality*), il cui scopo è di anticipare e guidare l'azione umana creando un continuo feedback tra l'immagine e l'ambiente circostante (Bruhn et al. 2021). È tuttavia col Web 2.0 e la diffusione di quello che è stato ribattezzato come il "quarto schermo" (Miller 2014), e cioè lo *smartphone*, che il discorso sulle immagini torna a focalizzarsi sulle *pratiche* d'uso e sulle immagini in quanto nuovo tipo di oggetti culturali specifici. L'introduzione degli *smartphones* nel mercato globale come bene di consumo, infatti, ha provocato un "photography boom" (Richter 2017; Kiniulis 2022) contribuendo alla nascita di una vera e propria "cultura popolare" visiva (Tanni 2021: 137).

Il Web 2.0 si caratterizza per un crescente spostamento dell'attenzione nei confronti del consumatore-utente come produttore di contenuti (*prosumer*), il quale pertanto fa del visivo un linguaggio identitario e condiviso: i consumatori di immagini si sono così trasformati in produttori mediali (Manovich 2010: 191-219). Recentemente, a tale proposito, si è parlato di *mobile images* (David 2021) come di quel tipo di immagini che sono proprie delle *moving cultures* contemporanee: tali immagini risentono della rimediazione dello *smartphone*, le cui caratteristiche di portabilità, accessibilità, maneggevolezza e connettività consentono nuove possibilità di produzione, modifica e condivisione di questo tipo di oggetti (David 2021: 613).

I nuovi tipi di "oggetto" prodotti nel Web 2.0 sono caratterizzati da una forte mobilità tra persone e dispositivi: come evidenzia Manovich (2010: 202) la «mobilità mediale» di questo genere di contenuti si contraddistingue per il fatto che un messaggio non arriva mai a una destinazione finale e definitiva, «ma continua a muoversi tra siti, persone e dispositivi» come tra differenti

---

<sup>27</sup> In tal senso, si è parlato di "*operational images*" come quel tipo di "immagini" prodotte dalle macchine per le macchine (Paglen 2014).



stazioni dove l'informazione viene remixata per poi ripartire. In effetti, la mobilità delle nuove immagini va di pari passo con l'affermarsi di piattaforme mediali e applicazioni come YouTube, Flickr, TikTok, Instagram, Snapchat, WhatsApp e Telegram, dove alla possibilità di condivisione delle immagini si sono aggiunte anche le interfacce di editing. Molte applicazioni consentono di svolgere direttamente, senza l'ausilio di software ulteriori, compiti che nell'era del Web 1.0 erano appannaggio di professionisti e che ora diventano accessibili anche per utenti con scarse competenze tecniche.

Questi elementi non sono trascurabili, in quanto consentono quella che Manovich (2010: 129; 167) ha chiamato la logica dell'ibridazione, la quale è resa possibile dal "remix profondo" delle tecnologie digitali. L'organizzazione di questi nuovi oggetti secondo il principio della *modularità* (e cioè dell'organizzazione di tali oggetti in parti separabili e sovrapponibili) consente la creazione di ibridi e, al contempo, contribuisce alla produzione di oggetti culturali che non hanno più alcun tipo di identità stabile. Valentina Tanni (2021: 16), ad esempio, definisce queste immagini come "oggetti instabili", prodotti di un'attitudine anarchica (103) (Troemel 2013): le immagini non sono più oggetto di contemplazione, non sono più intoccabili, ma diventano oggetto «di uso compulsivo» (35) da parte dei *prosumer*; degli enti metamorfici (61) che perdono qualsiasi riferimento al loro contesto d'origine per assumere ogni volta dei nuovi valori (Her 2019). Le immagini vengono immediatamente appropriate e reinterpretate dagli utenti attraverso la creazione di meme, GIF, stickers, montaggi, photobombing, face swap, fotoritocchi, mashup, supercut, duetti, dando vita a un universo di visibilità digitali a bassa definizione (Douglas 2014) e in perenne metamorfosi.

##### 5. Conclusione: prospettive materialiste

Il percorso intrapreso nei paragrafi precedenti intendeva mostrare come la questione della materia e della cosalità materiale delle immagini sia problematica. Dal momento che il carattere *immaginale* delle immagini non è qualcosa di materiale, il loro statuto oggettuale era stato messo fin da subito in discussione. Le teorie della derealizzazione mediatica muovevano dal presupposto che le immagini derealizzano proprio a causa di questa loro capacità di distogliere dalla presenza reale del mondo. E tuttavia, anche nel mondo digitale le immagini presentano delle caratteristiche materiali. Ma, soprattutto, la loro "cosalità" può assumere anche un nuovo significato alla luce dei contesti d'uso e delle pratiche performative.

Anche se il mondo ci appare mediato dall'esperienza immaginale; anche se ogni cosa ci dà l'impressione di essere alleggerita e dematerializzata, le tecnologie digitali hanno una componente fortemente materica e spaziale. La materialità di internet, inoltre, costituisce un terreno di scontro epocale tra aziende private e attori nazionali e transnazionali; è oggetto di investimenti miliardari; è al centro di equilibri geopolitici e ha delle conseguenze sull'ambiente e sul mercato del lavoro non indifferenti (Rossiter 2009). Le operazioni che si svolgono all'interno di un computer, ad esempio, consistono in fin dei conti in una sequenza di impulsi elettrici che vengono accesi e spenti (on-off) nei milioni di transistor che compongono i chip dell'*hardware* di un computer (Parikka 2011: 97; Kittler 2014). A discapito della straordinaria potenza di calcolo di oggetti dalla grandezza di qualche nanometro, la produzione e il controllo del mercato dei chip si gioca sul piano assai concreto della lotta geopolitica, come quella in atto tra Stati Uniti e Cina, e prevede piani di investimenti di capitale stratosferici (Peters 2022). La trasmissione delle informazioni avviene per la maggior parte via fibra ottica attraverso lunghi e costosissimi cavi che attraversano gli oceani, alcuni dei quali sono di proprietà delle maggiori compagnie di comunicazione: nonostante internet contragga lo spazio e le distanze nella dimensione istantanea del tempo, la geografia di tali infrastrutture ne rappresenta comunque il presupposto materiale (Sheldon 2014). E sebbene la rivoluzione del *cloud computing*, che consente l'accesso remoto a risorse di archiviazione e calcolo da parte dei nostri dispositivi, abbia alimentato la metafora dell'alleggerimento e dell'immaterialità di internet, le risorse che ne consentono il funzionamento sono contenute all'interno di server che richiedono un altissimo apporto energetico e il cui controllo da parte di privati rivela una forte criticità in termini di privacy e monopolio (Cubitt et al. 2011; Bridle 2020: 15-19; 73-78). I principali materiali che compongono la microelettronica dei nostri dispositivi vengono ricavati prevalentemente dalle miniere presenti nella Repubblica Democratica del Congo, e la domanda di questi materiali – prevalentemente fuori dall'Africa – ha alimentato un conflitto civile provocando sfruttamento, morte e miseria (Essick 2001).

Internet è ancorato alla terra piuttosto che al cielo (Taffel 2015: 19). È per questo motivo che di recente si è parlato di un "material turn" (Parikka 2011) all'interno dei *digital studies*. E questo non solo per sottolineare la materialità di una tecnologia che si suppone aver dissolto nell'aria tutto ciò che è solido; ma, si potrebbe dire sulla scorta di Gramsci, per via del fatto che la materia «è un momento delle forze materiali di produzione, in quanto è oggetto di proprietà di determinate forze sociali, in quanto essa esprime un rapporto sociale e questo corrisponde a un determinato periodo storico» (Gramsci 1972: 160-161).

Si può dunque affermare che, nonostante l'informazione sia divenuta più leggera rispetto ai suoi supporti, non è così se si tratta delle condizioni materiali che reggono l'intera infrastruttura digitale. In linea di principio, un discorso analogo si può fare anche per le immagini. Anche le immagini digitali, da un certo punto di vista, hanno la loro origine nella componente *hard* di un computer (Breitbach 2011: 32). Prima di manifestarsi su uno schermo attraverso l'accensione e lo spegnimento dei pixel, l'informazione di un'immagine deve essere elaborata dalla GPU in un linguaggio binario (attraverso il campionamento di un segnale analogico), che contiene le informazioni sulle posizioni dei pixel, i valori dei componenti di colore e altre informazioni necessarie per visualizzare l'immagine sullo schermo. Le immagini digitali, in altri termini, sono costituite da un'informazione che, in ultima istanza, è riducibile a processi fisici e che, solamente infine, interpretiamo come immagine (Pinotti, Somaini 2016: 138-139). Per ogni visibilità digitale c'è sempre, *da qualche parte*, un sostrato materiale che contiene i dati delle immagini (Pias 2003; Chalmers 2017: 318-319). Per quanto l'immagine ci paia *alleggerita* dal suo supporto, la sua leggerezza si basa sulla pesantezza dell'infrastruttura materiale che le consente non solo di essere archiviata e salvata, ma anche prodotta, condivisa e editata.

Un altro discorso, invece, vale per la questione dell'individualità dell'immagine. È ancora possibile parlare di immagini in quanto "cose" (Breitbach 2011)? La logica del remix profondo e dell'ibridazione che si innesta negli ambienti mediali dove le immagini mobili del Web 2.0 vengono prodotte e condivise, porta a pensare che l'immagine perda alcuni marcatori di individualità e ne assuma degli altri. Se il desiderio aptico degli idoli, ad esempio, può essere considerato come un marcatore di individualità intenzionale delle immagini, il desiderio *anarcopoietico* dei prosumer conferisce alle immagini un marcatore di individualità oggettuale instabile. Si tratta di un desiderio anarco-poietico perché ogni immagine porta i marchi di una *poiesis* senza principio – *an-archica*, appunto. Chiunque si imbatta in un'immagine con l'intento di appropriarsene finisce per produrne un nuovo esemplare, accettando che anch'esso diventerà un altro oggetto senza principio. Nel Web 2.0 le immagini non conoscono mai un'origine che ne sancisca lo statuto definitivo in quanto individui; le immagini non possono più pronunciare con solenne sincerità "ME FECIT" e non possono nemmeno più portare un marchio di autorialità. Esse sono sempre come degli oggetti ritrovati. Al contempo, le immagini diventano degli oggetti intrinsecamente dotati di una materialità plastica: possono essere costantemente modificati, manipolati, ricostruiti, de-contestualizzati. È per questo che le immagini manifestano il loro

carattere oggettuale in relazione al produttore-consumatore, ma, considerate nel loro complesso, sono più simili a delle classi o a delle specie, piuttosto che a degli individui, in costante evoluzione (Tanni 2021: 70).

Un altro marcatore di individualità consiste nel fatto che le immagini tornano ad avere un'altissima componente sociale e performativa (Tanni 2021: 187-209). Divenute un oggetto di produzione quotidiana, grazie alla rimediazione resa possibile dallo smartphone, l'ecosistema mediale delle immagini diventa anche un immenso palco dove di fatto è possibile performare la propria identità sociale e modularla secondo l'imitazione di differenti modelli. Dal *selfie* al "personal broadcasting", le immagini consentono di esporre e performare il proprio sé di fronte a un pubblico sempre più denso e interconnesso. Le immagini e i video sono diventati le *new key social currencies* online (Rainie et al. 2012). Ciò che importa, dunque, non è se le immagini digitali siano più o meno distanti dall'indice, che cosa comporti la loro discretizzazione matematica, ma il loro *uso*. A tale proposito David sostiene che l'importanza di queste immagini non è la loro visibilità o il fatto che esse veicolano un contenuto, bensì la loro componente *fatica* (David 2021: 617-618; Biscaldi, Matera 2021: 43-50), ossia il fatto che esse stabiliscono dei contatti ed esprimono "sociability".

Di fronte a un ritorno così imponente di una cultura visuale popolare resta da chiedersi, ancora una volta, se continui ad avere senso parlare dell'immaginale come qualcosa di irreal. In un mondo dove tutti producono, consumano e agiscono attraverso le immagini è davvero possibile affermare che il reale è morto e ad esso è subentrato l'immaginale? Sostenere che il mondo "immaginale" sia al di fuori, al di là, o separato dal mondo reale sarebbe come ammettere che i fantasmi e gli umani non si scontrano mai (Anders 2020: 140-143). E invece il mondo dei fantasmi è precisamente il mondo dei vivi, dove scontri reali sono scontri immaginali e dove, di fatto, l'immaginale diviene la nostra stessa percezione del reale. Credere il contrario equivarrebbe a dipingere una condizione storica che sarebbe assai simile a quella del colonizzato descritto da Franz Fanon (1979), dove però le «messe a morte simboliche, cavalcate figurative, assassini molteplici immaginari» (22) rimarrebbero per noi come il sintomo di una mera isteria di fantasmi e di irrealismo; dove i colonizzati, di fatto, non avrebbero mai la possibilità di interpretare il mondo vero e tantomeno di cambiarlo.

andrea.osti@unito.it

## Bibliografia

- Anders, Günther (2020). *L'uomo è antiquato. Vol. I. Considerazioni sull'anima nell'epoca della seconda rivoluzione industriale* [1956]. Torino: Bollati Boringhieri.
- Belting, Hans (2001). *Il culto delle immagini: storia dell'icona dall'età imperiale al tardo Medioevo*. Roma: Carocci.
- Benjamin, Walter (2006). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. In E. Ganni (a cura di), *Scritti 1938-1940*, 300-331. Torino: Einaudi.
- Bernet, Rudolf, Kern, Iso, Marbach, Eduard (1992). *Edmund Husserl*. Bologna: Il Mulino.
- Biscaldi, Angela, Matera, Vincenzo (2021). *Antropologia dei social media. Comunicare nel mondo globale*. Roma: Carocci.
- Boorstin, Daniel J. (1971). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Atheneum.
- Bredenkamp, Horst (2015). *Immagini che ci guardano. Teoria dell'atto iconico*. Tr. S. Buttazzi. Milano: Raffaello Cortina.
- Breitbart, Julia (2011). The Photo-as-Thing. *European Journal of English Studies* 15(1), 31-43  
(10.1080/13825577.2011.553895).
- Bridle, James (2020). *Nuova era oscura*. Tr. F. Viola. Roma: NERO.
- Bruhn, Matthias, Kathrin, Friedrich, e Moritz, Queisner (2021). Adaptive Images: Challenges for Visual Studies and Media Theory. *International Journal for Digital Art History* 8, 140-53.
- Chalmers, David J. (2017). The Virtual and the Real. *Disputatio* IX(46), 309-352.
- Coccia, Emanuele (2011). *La vita sensibile*. Bologna: il Mulino.
- Colombo, Fausto (1995). *Ombre sintetiche. Saggio di teoria dell'immagine elettronica*. Napoli: Liguori Editore.
- Couchot, Edmond (1998). *Images. De l'optique au numérique*. Paris: Hermès.
- Cubitt, Sean, Hassan, Robert, Volkmer, Ingrid (2011). Does cloud computing have a silver lining? *Media, Culture & Society* 33(1), 149-158.
- David, Gaby (2021). Mobile Images. In K. Purgar (a cura di), *The Palgrave Handbook of Image Studies*, 609-622. Palgrave Macmillan.
- De Cesaris, Alessandro (2023). Digital Metempsychosis? A Critique of the Two-Worlds Model of Immersivity. *Techné: Research in Philosophy and Technology* 27 (2), 168-182.

- Debray, Régis (2004). *Vita e morte dell'immagine. Una storia dello sguardo in Occidente* [1992]. Milano: Editrice il Castoro.
- Diels, Hermann, Kranz, Walter (a cura di) (2017). *I presocratici* [DK]. Ed. Giovanni Reale. Milano: Bompiani.
- Dery, Marc (1996). *Escape Velocity: Cyberculture at the End of the Century*. New York: Grove.
- Douglas, Nick (2014). It's Supposed to Look Like Shit: The Internet Ugly Aesthetic. *Journal of Visual Culture* 13(3), 314-339.
- Eldridge, Patrick (2018). Depicting and seeing-in. The 'Sujet' in Husserl's phenomenology of images. *Phenomenology and the Cognitive Sciences* 17, 555-578.
- Essick, Kristi (2001). Guns, Money and Cell Phones. *The Industry Standard* 11.
- Fabietti, Ugo (2014). *Materia sacra: corpi, oggetti, immagini, feticci nella pratica religiosa*. Milano: Raffaello Cortina.
- Fanon, Frantz (1979). *I dannati della terra* [1961]. Torino: Einaudi.
- Feyles, Martino (2013). L'immagine occulta. *Lo Sguardo* 13(3), 285-296.
- Floridi, Luciano (2017). Digital's Cleaving Power and Its Consequences. *Philosophy & Technology* 30, 123-129.
- Flusser, Vilém (2018). Digitaler Schein [1991]. In A. Ziemann (a cura di), *Grundlagentexte der Medienkultur. Ein Reader*, 71-75. Springer.
- Formenti, Carlo (2000). *Incantati dalla rete. Immaginari, utopie e conflitti nell'epoca di internet*. Milano: Raffaello Cortina.
- Freedberg, David (2009). *Il potere delle immagini. Il mondo delle figure: reazioni e emozioni del pubblico*. Torino: Einaudi.
- Gasparini, Barbara (1990). L'immagine al computer. *Comunicazioni sociali* 1, 33-45.
- Gell, Alfred (2021). *Arte e agency. Una teoria antropologica*. Milano: Raffaello Cortina.
- Gramsci, Antonio (1972). *Il materialismo storico e la filosofia di Benedetto Croce*. Torino: Einaudi.
- Granata, Paolo (2009). *Arte, estetica e nuovi media. "Sei lezioni" sul mondo digitale*. Bologna: Fausto Lupetti Editore.
- Grube, Gernot (2005). Digitale Abbildungen – ihr prekärer Zeichenstatus. In M. Heßler (a cura di), *Konstruierte Sichtbarkeiten: Wissenschafts- und Technikbilder seit der Frühen Neuzeit*, 179-96. Munich: Fink.
- Gunkel, David J. (1998). Virtually Transcendent: Cyberculture and the Body. *Journal of Mass Media Ethics* 13(2), 111-123.

- Gurisatti, Giovanni (2012). *Scacco alla realtà. Dialettica ed Estetica della derealizzazione mediatica*. Macerata: Quodlibet.
- Heßler, Martina (2006). Von der doppelten Unsichtbarkeit digitaler Bilder. *Zeitenblicke* 5(3).
- Her, Seong-Young (2019). The Post-Pepe Manifesto. In A. Bown, D. Bristow (a cura di), *Post Memes: Seizing the Memes of Production*, 403-406. Punctum Books.
- Hinterwaldner, Inge (2017). *The Systemic Image. A New Theory of Interactive Real-Time Simulation*. Cambridge (MA)-London: The MIT Press.
- Husserl, Edmund (1976). *Idee per una fenomenologia pura e per una filosofia fenomenologica* [1950], 3 Voll. A cura di E. Filippini. Torino: Einaudi.
- Husserl, Edmund (2017). *Fantasia e immagine* [1980]. Soveria Mannelli: Rubettino Editore.
- Jurgenson, Nathan (2012). When Atoms Meet Bits: Social Media, the Mobile Web and Augmented Revolution. *Future Internet* 4, 83-91.
- Kiniulis, Karolis (2022). 12 Mobile Photography Statistics And How It's Changing Our World. *Exposure*.
- Kittler, Friedrich A. (2014). There Is No Software. In *The Truth of the Technological World: Essays on the Genealogy of Presence*, 219-229. Redwood City: Stanford University Press.
- Latour, Bruno (2017). *Il culto moderno dei fatticci*. Tr. C. Pacciolla. Milano: Meltemi.
- Lingua, Graziano (2006). *L'Icona, l'idolo e la guerra delle immagini: questioni di teoria ed etica dell'immagine nel cristianesimo*. Medusa: Milano.
- Lingua, Graziano (2020). Che cosa c'è di nuovo nell'immagine digitale?. In A. De Cesaris (a cura di), *Vite digitali. Esseri umani nella società del XXI secolo*, 113-127. Milano: FrancoAngeli.
- Lingua, Graziano (2023). Le origini della teoria cristiana delle immagini. Incarnazione e regimi di visibilità. In K. Purgar e L. Vargiu (a cura di), *Studiare le immagini. Teorie, concetti, metodi*, 103-126. Roma: Carocci.
- Manovich, Lev (2010). *Software Culture*. Tr. M. Tarantino. Milano: Edizioni Olivares.
- Marra, Claudio (2006). *L'immagine infedele: la falsa rivoluzione della fotografia digitale*. Milano: Mondadori.
- Miller, James (2014). The fourth screen: Mediatization and the smartphone. *Mobile Media & Communication* 2(2), 209-226.
- Mitchell, William J. (1992). *The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era*. Cambridge (MA): The MIT Press.

- Mitchell, William J. T. (2017). *Pictorial Turn: saggi di cultura visuale*. Ed. M. Cometa. Milano: Raffaello Cortina.
- Nake, Frieder (2005). Das doppelte Bild. *Bildwelten des Wissens. Kunsthistorisches Jahrbuch für Bildkritik* 3(2), 40-50.
- Negroponte, Nicholas (1995). *Essere digitali*. Milano: Edizione CDE.
- Niceforo I di Costantinopoli (1865). Antirrhethici tres adversus Costantinus Copronymum [AR]. In *Patrologia Graeca*, Vol. 100, ed. J.P. Migne, 206-534. Paris: Imprimerie Catholique.
- Osti, Andrea (2021). Le simulacre, la modernité, la simulation. L’image digitale a-t-elle des racines platoniciennes?. In A. De Cesaris, G. Lingua, *Téchnologies de la visibilité. De l’image ancienne à l’image hypermoderne*, 17-30. Paris: Mimesis.
- Osti, Andrea (2022). *Le dimensioni dell’immagine. Ricerche sulla teoria iconica in Platone*. Dissertazione dottorale. Università di Genova.
- Parikka, Jussi (2012). New Materialism as Media Theory: Medianatures and Dirty Matter. *Communication and Critical/Cultural Studies* 9(1), 95-100.
- Perniola, Mario (2010). La società dei simulacri. *Ágalma* 20-21.
- Peters, Michael A. (2022). Semiconductors, geopolitics and technological rivalry: The US CHIPS & Science Act. *Educational Philosophy and Theory* (<https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/00131857.2022.2124914?needAccess=true>).
- Pias, Claus (2003). Das digitale Bild gibt es nicht: Über das (Nicht-)Wissen der Bilder und die informatische Illusion. *Seitenblicke* 2(1).
- Pietz, William (1987). The Problem of the Fetish, II: The Origin of the Fetish. *Anthropology and Aesthetics* 13, 23-45.
- Pinotti, Andrea, Somaini, Antonio (2016). *Cultura visuale. Immagini, sguardi, media, dispositivi*. Torino: Einaudi.
- Quéau, Philippe (1986). *Éloge de la simulation. De la vie des langages à la synthèse des images*. Seyssel: Éditions Champ Vallon.
- Rainie, Lee, Brenner, Joanna, Purcell, Kristen (2012). Photos and Videos as Social Currency Online. *Pew Research Center* 13.
- Richter, Felix (2017). Smartphones cause photography boom. *Statista* (<https://www.statista.com/chart/10913/number-of-photos-taken-worldwide/>).
- Rice, Ronald E., Yates, Simeon J., Blejmar Jordana (2020). Introduction to the Oxford Handbook of Digital Technology and Society: Terms, Domains, and Themes. In S. J. Yates, R. E. Rice (a cura di), *The Oxford Handbook of Digital Technology and Society*, 2-35. New York: Oxford University Press.



- Ricoeur, Paul (2002). *Cinque lezioni. Dal linguaggio all'immagine*. A cura di R. Messori. Palermo: Aesthetica Preprint.
- Rossiter, Ned (2009). Translating the Indifference of Communication: Electronic Waste, Migrant Labour and the Informational Sovereignty of Logistics in China. *International Review of Information Ethics* 11, 36-44.
- Sartre, Jean-Paul (1980). *Immagine e coscienza. Psicologia fenomenologica dell'immaginazione* [1948]. Tr. E. Bottasso. Torino: Einaudi.
- Sheldon, John B. (2014). Geopolitics and Cyber Power: Why Geography Still Matters. *American Foreign Policy Interests* 36(5), 286-293.
- Stengers, Isabelle (2014). La grande partizione. In S. Consigliere (a cura di), *Mondi multipli. Volume 1. Oltre la Grande partizione*, 129-146. Tricase: Youcaprint.
- Striano, Francesco (2020). Log.icona. La co-originarietà di lógos e eikón riemerge nel digitale. In N. Russo e J. Mutchinick (a cura di), *Immagine e memoria nell'era digitale*, 77-95. Milano-Udine: Mimesis.
- Taffel, Sy (2015). Towards an Ethical Electronics? Ecologies of Congolese Conflict Minerals. *Westminster Papers in Culture and Communication* 10(1), 18-33.
- Tanni, Valentina (2021). *Memestetica: il settembre eterno dell'arte*. Roma: NERO.
- Troemel, Brad (2013). The Accidental Audience. *The New Inquiry* (<https://thenewinquiry.com/the-accidental-audience/>).
- Vernant, Jean-Pierre (2010). Nascita di immagini [1975]. In *L'immagine e il suo doppio: dall'era dell'idolo all'alba dell'arte*, 27-51. A cura di P. Conte. Milano-Udine: Mimesis.
- Vial, Stéphane (2014). Critique du virtuel: en finir avec le dualisme numérique. *Psychologie clinique* 37, 38-51.
- Vial, Stéphane (2016). La fin des frontières entre réel et virtuel: vers le monisme numérique. *Frontières numériques et artefacts*, 135-146.
- Virilio, Paul (1992). Big Optics. In P. Weibel (a cura di), *Zur Rechtfertigung der hypothetischen Natur de Kunst und der Nicht-Identität in der Objektwelt*, 82-93. Köln: Galerie Tanja Grunert.
- Virilio, Paul (2000). *La bomba informatica*. Tr. G. Piana. Milano: Raffaello Cortina.
- Voltolini, Alberto (2013). *Immagine*. Bologna: Il Mulino.
- Wiesing, Lambert (1996). Phänomenologie des Bildes nach Husserl und Sartre. *Phänomenologische Forschungen* 30, 255-281.
- Wiesing, Lambert (2014). *Artifizielle Präsenz. Studien zur Philosophie des Bildes* [2005]. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Wollheim, Richard (2000). *Art and its Objects* [1980]. Cambridge: Cambridge University Press.

**Andrea Osti** is a postdoctoral research fellow in Moral Philosophy at the University of Turin and a research collaborator at the Department of Digital Humanism at the Collège des Bernardins. In 2022, he obtained his Ph.D. in theoretical philosophy with a thesis on the theory of image in Plato. Currently, he is engaged in research on anthropology and the philosophy of image.