

## Nascondersi facendosi trasparenti

di Paolo Furia

Emmanuel Alloa  
**ATTRAVERSO  
L'IMMAGINE**  
Una fenomenologia  
dei media visuali  
ed. orig. 2011, trad. dal tedesco  
di Alessandro De Cesari,  
pp. 496, € 30,  
Meltemi, Milano 2025

La prima edizione di questo volume è uscita nel 2011 in tedesco per Diaphanes. La notevole traduzione di Alessandro De Cesari include anche gli ampliamenti dell'edizione americana del 2018 per Columbia University Press, restituendo così al pubblico italiano un testo complesso, stratificato e dinamico.

Negli ultimi anni le dinamiche dei social network e la produzione d'immagini generate dai vari strumenti di intelligenza digitale stanno ponendo sfide inedite per il campo degli studi visuali. L'impostazione teorica di *Attraverso l'immagine* permette di affrontarle, anche se il libro non le contempla ancora direttamente. Questo perché Alloa non edifica la propria teoria dell'immagine e dei media a partire dagli specifici aspetti costruttivi e progettuali o dagli effetti socioculturali di un peculiare medium o set di media, ma fonda filosoficamente una concezione generale efficace e valida per comprendere il funzionamento di fondo dei diversi regimi mediatici, di cui pure si rivendica la varietà.

È possibile pensare in termini non riduzionistici la diversità dei media senza per questo rinunciare a porne in questione la natura? Usando un linguaggio aristotelico vicino alla sensibilità di Alloa, i media particolari possono essere pensati come specie dinamiche e irriducibili di un genere prossimo, cui non si può filosoficamente rinunciare, pena il fraintendimento del significato ultimo della medialità come principio e modalità fondamentale della comunicazione tra i fenomeni del mondo.

L'obiettivo di fondare la teoria dell'immagine e dei media in una concezione generale della medialità giustifica l'ampia perlustrazione della storia delle idee proposta nel volume: dal Platone del *Sofista* all'Aristotele del *De Anima*, dalla storia della filosofia medievale alle grandi intuizioni rinascimentali, da Cartesio a Kant, fino alla fenomenologia di Husserl, Fink, Sartre, Merleau-Ponty, al pensiero postmoderno e decostruttivo e al dibattito contemporaneo nei *visual e media studies*. Da questa prospettiva la storia della filosofia appare diversa dalle sue cristallizzazioni manualistiche.

Platone, da algido svalutatore dell'immagine come "copia di copia" della realtà, diventa precurso-



re della consapevolezza dell'ambiguità costitutiva del rapporto tra immagine e cosa raffigurata: da un lato, l'immagine è vincolata alla cosa da un rapporto di dipendenza (come "immagine di"), dall'altro, per poter essere compresa come tale, deve pur essere sempre qualcosa d'altro dalla cosa stessa. Aristotele, da architetto razionalista delle categorie logiche e metafisiche, diventa l'interprete di un'estetica fenomenologica *ante litteram*, nella quale, prima di ogni sistematizzazione concettuale, l'anima sensitiva percepisce le cose venendo da esse alterata in modi e forme sempre inediti, a partire da cui si sviluppa la necessità di riflessione e categorizzazione.

Questo Aristotele della psicologia, che può ricordare le *Lezioni sulla sintesi passiva* di Husserl, permette di rettificare la fenomenologia in una direzione non idealistica e, nello stesso tempo, di rivendicare il carattere già mediale della percezione (Alloa parla di "ontologia processuale e mediale [...] merleau-pontiana/aristotelica"). Perché la percezione accada, è necessario un nesso che renda possibile la correlazione. Questo nesso è il medium, che Aristote-

le identifica nel diafano, carattere dei mezzi fisici (aria, acqua, etere, luce, a seconda dei passi) in grado di trasportare le immagini delle cose sino ai corpi percipienti, sensibili alla modifica da parte di tali media elementali. Ma se la percezione dipende anzitutto dall'automanifestazione delle cose e se questa è a sua volta resa possibile dalla presenza di media in grado di renderla "per sé", allora ogni tentativo di definire la percezione in atto – l'intuizione – come pura immediatezza si rivela un residuo empiristico. La medialità, e non solo la mediazione come articolazione concettuale, diventa un principio onto-fenomenologico irriducibile: "ciò che è visibile da sé, lo è solo a condizione di esprimersi nella forza complementare del medium".

La fondazione filosofica della medialità tentata da Alloa consente dunque di affrontare il dibattito contemporaneo con la consapevolezza che alcune caratteristiche attribuite sin da Marshall McLuhan ai media tecnologici – prima tra tutte la tendenza a "nascondersi", facendosi il più possibile "trasparenti" in modo da lasciare che l'informazione vi "passi attraverso" – appartengono in realtà alla medialità come principio della comunicazione generale tra i fenomeni del mondo. Tale consapevolezza non nega l'urgenza di una riflessione capace di mettere in luce le specifiche modalità tecniche di messa in forma delle cose operata da media diversi, ma mostra come il problema mediale sia rimasto nascosto nella storia del pensiero, nell'estetica e nell'ontologia: in questo senso, l'emersione della medialità originaria nella storia del pensiero, nascosta o rimossa ma mai eliminata (come dimostrano le fini interpretazioni testuali di Alloa), ha un ruolo terapeutico per la filosofia stessa.

P. Furia insegna estetica all'Università di Torino  
paolo.furia@unito.it



## Guida al potere consapevole delle parole

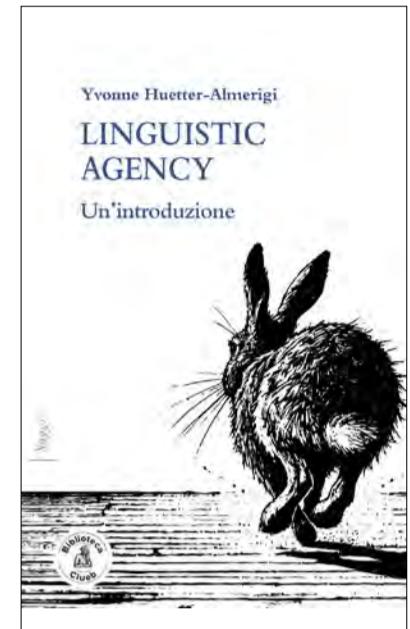
di Mila Di Giulio

Yvonne Huetter-Almerigi  
**LINGUISTIC AGENCY**  
Un'introduzione  
pp. 208, € 22,  
Biblioteca Clueb, Bologna 2025

Il volume di Yvonne Huetter-Almerigi si apre con una chiamata alle armi: "abbiamo questa capacità della *linguistic agency*, cerchiamo di usarla meglio e con maggiore consapevolezza". È un invito a leggere il linguaggio come spazio di possibilità, responsabilità e azione attraverso tre sezioni – dedicate a etnografia e teoria culturale, letteratura e infine filosofia del linguaggio – che interroga il rapporto tra parole e potere seguendo un duplice percorso: ricostruire un *corpus* critico sull'agentività linguistica e proporne una prima definizione organica, pensata come base per ricerche future.

La riflessione si apre nel territorio dell'antropologia sociale, dove il Writing-Culture Debate del 1986 incrina la convinzione della possibilità di un linguaggio neutrale. Said, Spivak, Clifford, Appadurai, Abu-Lughod e Ortner mostrano come ogni descrizione sia un atto implicato e connotato, le parole non rispecchiano semplicemente la realtà che affrontano: la modellano.

Quando il discorso si sposta verso la letteratura, la parola si fa principio generativo, forza capace di portare mondi alla luce. Le formule magiche di Mersburg, il *Non-aliud* di Cusano come origine di ogni creazione e il *Faust* di Goethe che definisce il *logos* come atto inaugura uno una genealogia in cui il nominare qualcosa lo fa esistere nel mondo. L'energia creatrice che si sviluppa nella costellazione dei romantici di Jena vede nella lingua l'innesto di una rivoluzione sociale e politica, strumento per inventare comunità e identità nuove. L'ultimo passaggio di questa genealogia Huetter-Almerigi lo individua in due autori che scrivono negli anni coevi allo sterminio di Auschwitz: Ilse Aichinger e Wolfgang Hildesheimer. Dove Aichinger vede nella lingua un palinsesto vincolato ma, proprio in virtù del vincolo, capace di ricreare con fedeltà il mondo dopo l'orrore, in Hildesheimer la parola sceglie di svuotarsi, come nei personaggi delle *Lieblose Legenden* che rinunciano al proprio potere magico, rimanendo però consapevoli della loro *agency*. Queste tensioni risuonano nei dibattiti sul realismo da Lukács a Brecht, fino a Eco e Barthes: non si tratta di chiedersi se la letteratura rispecchi o inventi la realtà, ma di riconoscere come ogni gesto



linguistico sia già una forma di intervento sul mondo, una scelta che plasma immaginari e percezioni.

L'analisi culmina nella domanda: che cosa fanno le parole alla realtà quando non si limitano a descriverla, ma la trasformano? Gli atti linguistici performativi, da Austin a Butler e Appadurai, non descrivono una realtà già data, ma creano qualcosa nel momento stesso in cui vengono pronunciati; questa creazione tuttavia non ha il potere primigenio della magia, ma è condizionata dal contesto naturale e umano. Condizionamento che viene problematizzato da Quine, Davidson e Rorty, per cui non vediamo il mondo e poi gli mettiamo nomi bensì lo vediamo attraverso i nomi che abbiamo. Su questo sfondo prende forma l'idea di ingegneria concettuale, "campo nuovo come nome, ma antico nella questione che pone". Non basta chiedersi come il linguaggio crei o determini la realtà: occorre chiedersi come agire su di esso. Questa intuizione trova un contrappunto negli esempi conclusivi, affidati agli studi di Lynne Tirrell sul genocidio dei Tutsi in Ruanda e alle analisi di Tracy Llanera sulle strategie linguistiche della "guerra alla droga" nelle Filippine in cui le parole funzionano da dispositivi d'azione.

Il libro si chiude con un invito a un utilizzo sistematico e politico del linguaggio. Pur essendo un manuale introduttivo alla *linguistic agency*, ogni capitolo offre esempi pratici e contemporanei delle potenzialità e dei rischi del potere linguistico. La novità su cui l'autrice insiste è il focus sulla dimensione strettamente linguistica: non una componente subalterna, ma un agente attivo che permea tutti i campi.

M. Di Giulio è dottoranda in lingue e letterature straniere all'Università di Roma Tre  
mila.digilio@uniroma3.it