

Videografia: la scansione elicoidale di Sean Cubitt

(...) Un esempio particolarmente istruttivo è il video *Zygosia* terminato da *Gorilla Tapes* nel 1992 in parte con l'aiuto di un contributo di Channel Four. Il video è costruito intorno a una breve biografia critica dell'antinazista John Heartfield, un artista del fotomontaggio, paragonando il suo lavoro alle campagne stampa politiche degli anni seguenti e al montaggio cinematografico di Ejzenštejn. Allo stesso tempo, attraverso il suo stesso stile di montaggio, esemplifica il potere della tecnica costituendo immagini composite che utilizzano gli effetti e le tecniche di montaggio computerizzato. Il video è un tardo esempio dello *scratch video*, sperimentato da *Gorilla Tapes* nei primi anni Ottanta (1). Come i suoi predecessori, *Zygosia* può senz'altro essere considerato un testo in cui il libero gioco dei significanti ha soppiantato il nesso fra segno e referente, linguaggio e realtà. Ma non è così che funziona il video ed è importante capire come opera, e perché, se dobbiamo dare un senso alla difficile relazione che intercorre fra l'immagine video e il mondo. Lo scopo di *Zygosia*, come i montaggi di Heartfield che descrive, è quello di intervenire nei processi dei mass media in modo tale da destabilizzare il flusso di immagini elaborate e organizzate. Per fare questo, in ugual modo il fotomontaggio e lo *scratch video*, esemplarmente prendono un dato evento pubblico - il rally di Norimberga, il discorso presidenziale, i cartelloni elettorali - e lo corredano di un commento surreale. Il montaggio, per essere chiari su questo punto, non è un procedimento di svelamento, ma di commento: il genere di commento caratteristico di colui che vede se stesso in un video. C'è un elemento suppletivo che deve essere aggiunto all'evento, un supplemento che l'evento ha tentato di tenere fuori riempiendo l'immagine il più possibile con significanti soggetti al controllo e con il compito di controllare. Non si mette in dubbio che qualcuno voglia stravolgere un evento quale un rally o una conferenza stampa, qualsiasi incidente di questo genere è immediatamente descritto in termini di rivolta di popolo o di gangsterismo (terrorismi della manipolazione dell'immagine).

Tuttavia, l'elemento suppletivo offerto dalla tecnica dello *scratch*/fotomontaggio inizia col distruggere il presupposto che tali occasioni pubbliche parlino per se stesse. Il commento, specialmente con questo gusto della rottura, quasi infantile, che è il piacere nel fare disordine e confusione, nega che l'evento abbia senso in se stesso e per se stesso. La dignità degli uomini di stato deriva loro dall'assenza di interruzioni e dalla percezione del loro parlare con autorità: che essi siano l'origine e gli autori del loro discorso. Ma il montaggio sottrae questo senso di autorità originale. Eppure, allo stesso tempo, le immagini utilizzate per disarmare la pomposità granitica e autosufficiente del buono e del

(1) *Scratching*, per quelli a cui il termine non è familiare, è un metodo di alterazione del sonoro delle registrazioni, collegato alla cultura Hip Hop dei negri newyorkesi. È stato sviluppato dai disk jockey nei night-club del Bronx negli anni Settanta ed è diventato famoso in tutto il mondo durante gli anni Ottanta. La tecnica consiste nel fare un missaggio del sonoro di due copie di uno stesso disco o di dischi diversi, facendo andare il disco avanti e indietro su un piatto girevole, in modo che le frasi musicali si ripetano generando tutti i tipi di suoni bizzarri.

Nel descrivere la tecnica dello *scratching* del *Gran Maestro* Flash, Robert Elms scrive: "Spostandosi da un piatto girevole all'altro, con un'attenzione disinvolta, il mixer scompone e ricompone i ritmi, isolando una singola frase, congelandola, per poi ripeterla, riavvolgendo il nastro, rendendola stridula fino a farne nascere suoni completamente nuovi. Le canzoni sono fatte a pezzi, puntualizzate con canti e urla presi dalla musica heavy metal.

Evidentemente lo *scratching* è una forma di intervento da parte del consumatore volta a trasformare e rendere convenzionali i prodotti del business della musica. Per il professionista, perciò, la tecnica dello *scratching* agisce in opposizione alla passività che normalmente si associa con la fruizione dei prodotti della cultura di massa. Per l'ascoltatore/spettatore si tratta di una performance dal vivo in cui i dischi, i piatti girevoli, i mixer e la voce umana sono utilizzati in quanto strumenti. Lo spettatore è testimone del processo, del lavoro di trasformazione mentre è in atto (...). All'interno dell'attuale sistema economico occidentale, le immagini visive, i film e i programmi televisivi, come la terra e i beni materiali, sono una forma di proprietà privata. Per questo motivo essi non possono essere utilizzati o rivenduti senza il permesso dei proprietari e senza pagare i diritti. Ne segue che lo *scratch video*, che consiste di materiale rapinato da trasmissioni televisive, implichi un atto illegale. L'argomento dei diritti è un soggetto molto discusso nei circoli legati allo *scratch*, in particolare da quando la televisione ha mostrato interesse trasmettendone degli esempi - la BBC 2 ha perfino dedicato parte di "Saturday Review", un programma sulle arti, il 30 novembre 1985, all'argomento dello *scratch* e del copyright. Un breve video realizzato con la tecnica dello *scratch* può richiedere fino a trenta autorizzazioni - un lavoro costoso e che richiede tempo - prima che possa essere trasmesso legalmente. I videomaker giustamente si lamentano che i possessori dei diritti possono legittimamente censurare i commenti soltanto rifiutando il permesso di utilizzare i loro materiali o chiedendo delle somme esorbitanti per i diritti. Quello di cui c'è bisogno con urgenza a questo riguardo è una modifica normativa così che gli autori possano "citare" brevi estratti allo scopo di fare un'analisi e una critica senza obblighi finanziari, allo stesso modo in cui agli scrittori è permesso citare da libri pubblicati o articoli. Dalla parte opposta, gli autori di *scratch video* dovranno creare anche il loro materiale originale. (John A. Walker)

grande, sebbene forse un po' surrealista, non sono scelte a caso. Le gag visive di *Zygo-sis* sono ad una ad una attentamente sincronizzate con la colonna sonora, oppure richiamano i rapporti fra il montaggio e le tecniche degli annunci pubblicitari. Quello che si ottiene è allora non soltanto uno sparpagliamento dei termini del discorso che formavano il soggetto della foto o del video iniziale: si stabilisce anche un contro-discorso, che si apre una strada differente nella lettura del testo primario, non soltanto frantumandolo, ma entrando in dialogo con esso. Così non si tratta soltanto di "arte", si tratta anche di politica.

Dal momento che le gag visive di *You Have Been Framed* lavorano contro la trama del flusso continuo e immacolato dell'immagine televisiva, il montaggio e/o lo *scratch* lavorano contro la completezza, contro l'integrità dell'immagine finita, specialmente quando questo si produce nelle strategie di mercato dei creatori dell'immagine politica. Il primo passo del creatore di immagine è quello di produrre un'immagine di qualcuno di cui ci si possa fidare o, più precisamente, di far emergere da qualcuno un'immagine di cui ci si possa fidare. Il primo passo nel montaggio è quello di rimuovere la possibilità di fidarsi delle immagini negandone la trasparenza e insistendo sulla loro costruzione. La tecnica specifica utilizzata è quella di introdurre un ulteriore strato di significato tra lo spettatore e lo spettacolo, uno strato costruito a partire da tagli auto-rivelatori o da un linguaggio immaginifico costruito attraverso il collage. Ma il secondo passo, ed è quest'ultimo che sfugge all'appuntamento postmoderno, è quello di indurre sfiducia nella strategia politica, facendo emergere l'ingenuità e la fragilità dell'uomo politico degno di fiducia e creando le basi per un'azione "politica". Sgonfiare la figura dei leader, renderli oggetto (invece che soggetto) dell'interesse degli osservatori è un uso profondamente democratico del mezzo (o, in questo caso, dei media). E questo video è stato trasmesso su Channel Four. Così, anche se è vero che, almeno fino a un certo punto, risulterà marginalizzato e intrappolato all'interno del flusso dilagante della TV, *Zygos* riesce ancora a far emergere una qualche differenza.

Questa differenza è un punto centrale nel mio discorso qui e nella concezione di *Video-grafia* nel suo complesso. Il divario fra lo spettacolo e lo spettatore, fra l'immagine e il commento, è al centro del racconto del video; scrivere ("grafia") sul video è una forma di quel racconto. Il bisogno di parlare o di aggiungere un commento visuale, per dare supporto all'immagine, nasce dalla considerazione che né l'immagine in se stessa né la tua stessa soggettività siano intere, complete, pure. La televisione compensa questa mancanza insita in se stessa per mezzo di un incessante rinnovamento, senza mai arrestarsi abbastanza da permettere che si riconosca la sua insufficienza. La video registrazione disgrega anche quel senso di presenza a se stessa propria della TV e così facendo danneggia la parallela attività psichica dello spettatore. Perché il successo della TV risiede nell'omologia fra la sua incessante ricerca di soddisfazione e quella del soggetto che guarda, che è anch'esso incompleto e anch'esso è alla ricerca di una sensazione piena, di presenza, lungo la catena senza fine fatta di esperienze e azioni in cui lui/lei si cimenta. La visione di noi stessi sul video porta questa omologia a un punto di crisi, poiché rendendo manifesta l'incompletezza della televisione (che non ci ingloba soltanto perché ci rappresenta) ci fa dedurre anche la nostra stessa frammentazione (che cosa rimane di me dopo che sono stato rappresentato?).

Per analogia, quindi, è possibile dedurre che il fotomontaggio, intervenendo lungo il tragitto che l'immagine fa dalla sorgente allo spettatore, non soltanto instauri un contro-discorso che si oppone a quello offerto dal politico raffigurato, ma anche un contro-discorso della soggettività. Non contento di aver rafforzato la consapevolezza della natura artificiale dell'immagine, si dedica a rendere chiaro un messaggio, un'affermazione ideologica che la cultura dominante evita, preferendo i silenzi del sottinteso e del senso comune. *Zygos* lavora in senso politico rendendo evidenti i processi stessi della comunicazione, incluso il ruolo dello spettatore inteso come partecipante attivo nella produzione di significato. Questi non è più il passivo ricettore delle evidenze del senso comune e i messaggi dei media diventano il centro di una rete di rapporti di potere. Se si può far andare Hitler sullo *skateboard* o se si può far condannare a Reagan la sua stessa amministrazione: se, in breve, si può far vedere l'incapacità dei leader a controllare la propria figura, allora è chiaro che quando ci sembra di poter credere a loro o a persone simili, è spesso perché nessuno ne ha sfidato la capacità di controllo sulle proprie immagini. Il video avvia una contesa per quel controllo mentre, allo stesso tempo, se ne conclude che anche noi siamo in gioco.

Il montaggio, specialmente come è praticato in *Zygos*, è un'azione diretta sul materiale dei mass media. È un errore credere che l'esistenza dei media dipenda sia dall'ideologia che dal linguaggio, almeno nel senso più semplice. La televisione è perfettamente reale, perfettamente materiale. Non c'è nulla di immateriale nei suoni e nelle immagini emesse dalla scatola all'angolo. Il fatto che in alcune circostanze essi possano apparire come meri mediatori fra due momenti del reale, non altera il fatto che essi stessi siano reali. D'altro canto, la critica ispirata dalla linguistica semiotica, che si è dimostrata così prolifica nell'ultimo ventennio, deve tenere a freno le sue ambizioni di vedere il mon-

do completamente in scacco a favore di una testualità senza fine. Il montaggio e lo *scratch*, lontano dal dimostrare la completa auto-consumistica, auto-ossessiva intertestualità del video come "mero" commento alla televisione, disgregano questa abbondanza di testi che sembrano non aver bisogno di un mondo in cui essere letti. Il video è come il linguaggio non tanto perché è una "lingua", un'organizzazione sistematica di regole di differenza, ma perché è composto di "parole", di esempi di uso in cui la loro costruzione, la loro testualità e la loro ricezione sono tutte in gioco. Questo è come dire che, in virtù della loro materialità, i media, specialmente il video e la pratica del montaggio, hanno in comune con tutto ciò che è materiale la caratteristica di utilizzare e, allo stesso tempo, essere utilizzati da tutto quello con cui vengono in contatto.

Ironicamente, quello che è in gioco nei discorsi sul postmodernismo e la TV non è l'effetto di realtà - il potere che si presuppone abbia la TV di creare l'illusione della realtà - ma la nuova credenza che la TV sia fittizia. La semiotica è stata attratta all'interno di una carta ideale del mondo nella quale i dogmi della critica letteraria vengono applicati senza discriminazione a tutti i prodotti della cultura, un artificio critico che presuppone la supremazia del testo letterario. Questo senso di falsità priva i testi televisivi della loro materialità, basata sulla loro produzione e sul loro uso, per rimpiazzarla con un'analisi retorica che si focalizza esclusivamente sulla strategia discorsiva, fino all'esclusione delle condizioni materiali del discorso. La scena del "knock-out" in *You Have Been Framed* è molto importante in questo caso, perché disturba l'atteggiamento generale che abbiamo fin qui avuto circa la non-realtà della televisione. Come il Dr Johnson confutava Berkeley tirando calci ai sassi, l'immagine della telecamera colpita dal "pro-filmico", dalla resistenza del reale a essere soltanto alimento per la telecamera, ci offre un sollievo momentaneo e piacevole dalla vertigine della retorica televisiva, dalla televisione post-moderna che non ha esteriorità. Non esiste un testo puro, anche se la nuova strategia di rendere fittizia la televisione nella tendenza postmoderna ricerca tale esclusione della realtà come un itinerario verso una purezza di immagine esclusiva e auto-soddisfacente. Questa tendenza idealizzante è doppiamente deleteria perché soppianta lo spauracchio della TV (il cuore di una più vecchia teoria degli effetti) con l'idea della TV come testo infinito, capace di assorbire ogni colpo lanciato contro di essa; ascrive alla TV gli attributi di un padre infinitamente saggio e infinitamente generoso (è questo il segreto della lezione del melodramma televisivo: "Non importa quello che hai fatto, sei sempre nostro figlio"?).

Si dice che nella lotta fra la realtà e il linguaggio, quest'ultimo vinca a mani basse. Ma se si applica alla televisione, questo dipende da una serie di elementi, ognuna dei quali merita di essere analizzato: (a) la TV è un linguaggio; (b) la retorica televisiva supera completamente la realtà; (c) la TV è complementare alla realtà e non possiede una realtà in se stessa; (d) la TV può essere totalmente definita come una pratica testuale. La TV non è un linguaggio, è un complesso di molti diversi linguaggi - musicale, letterario, grafico, fotografico, animato e così via - alcuni dei quali sono incompatibili fra loro. È per questa ragione, insieme ad altre, che la TV non può interamente annullare la realtà ed è, infatti, ricondotta sulla scena del suo presunto omicidio della realtà da immagini quali del "knock-out". Al tempo stesso, la TV non è né un'alternativa né un surrogato della realtà perché non rimpiazza alcunché: è puramente complementare. I media televisivi - *camcorder*, VCR, *computer game* che utilizzano lo schermo televisivo - rinforzano la crescente materializzazione della TV e il suo sviluppo da mero canale di interessi altrui verso lo status di evento sociale. E in questo contesto è necessario sottolineare ancora che la testualità pura non permette un genuino apprezzamento del medium: quello di cui c'è bisogno è la conoscenza dei processi materiali della visione. La TV non ha una propria esistenza: essa deve essere utilizzata. In questo ancora consiste la missione del video, nel reinterpretare la TV mano a mano che muta il suo ruolo storico.

Perché le cose in effetti cambiano, incluso la natura e il ruolo dei media in generale e anche dei media specifici. Sotto questo aspetto, il ruolo della televisione è stato alterato dall'arrivo del video, proprio come il video è andato modificandosi dall'avvento della registrazione elettronica e del *playback*. Allo stesso tempo, comunque, se la discussione che riguarda l'omologia fra il medium e la sua visione è corretta, allora dobbiamo guardare anche a uno slittamento di ruolo della soggettività, almeno all'interno della situazione della visione. Ho a lungo nutrito il sospetto che Freud giungesse a scoprire l'inconscio in un momento particolare perché fu soltanto allora, con l'agonia dell'Impero Asburgico, che vedeva lo slittamento da una società feudale a una burocratica, che la moderna soggettività (che si era manifestata gradualmente nel resto d'Europa nel momento della sua entrata in crisi) divenne un nuovo punto di partenza, oggetto della conoscenza scientifica. È possibile che, a dispetto delle contrarie teorie freudiane, l'inconscio sia venuto in essere soltanto in quanto prodotto dell'evoluzione del capitalismo? Che la formazione che porta con sé il razionalismo scientifico, l'etica protestante del lavoro e la fabbrica siano anche responsabili della specifica formazione della psiche forgiata in quelle determinate condizioni? Se è così, dovremmo intraprendere il compito di svelare la sto-

ria dell'inconscio e, in particolare, l'investigazione delle stravaganze subite nella frattura fra il linguaggio e la realtà.

L'Io è il luogo di questa lotta freudiana, un Io che è divenuto non tanto la cittadella della ragione gentile ma, piuttosto, una specie di incrocio attraverso cui passano impulsi, segni, diffide, anatemi e decreti zaristi, un caravanserraglio di tradimenti, tentazioni e d'intrighi dove niente è come appare e nessuno è mai a casa. Secondo Foucault, ci fu in un tempo un'armoniosa sinonimia di cose e parole. Fino alla fine del Sedicesimo secolo, ci racconta, "La natura delle cose, la loro coesistenza, il modo in cui sono collegate fra loro e comunicano non è altro che la loro somiglianza. E questa somiglianza è visibile soltanto nella rete di segni che attraversa il mondo da un capo all'altro" (Foucault, 1970). In quello stadio, il linguaggio funzionava perché, come il mondo, era fatto di segni. Così si instaurava una diretta continuità fra il mondo e il soggetto pensante, che percepisce. Quando, con la rivoluzione intellettuale del Sedicesimo secolo e più avanti, si stabilì, dove ancora oggi si trova, la frattura fra i due - la mente e il corpo - il soggetto stesso fu definitivamente diviso. Nell'atto di discriminare fra il mondo e la parola, il mondo iniziava non dalla superficie ma dall'interno. Il corpo divenne un luogo di sintomi, una cosa da leggere e interpretare e, in ultima istanza, nell'epoca di Freud, un compagno più o meno vicino, che inviava messaggi confusi sotto forma di sogni e parafrasi. (...)

In: Sean Cubitt, *Videography: The Helican Scan*, Mac Millan, London, 1993

Schede dei video

Death Valley Days, 1984

Numero uno: Guerrilla Tapes non ha paura di intrattenere: via, fate una risata! Lo snobismo del dopo-Olocausto (1) va bene nelle pagine di *The Face*, ma l'azione politica vuol dire entusiasmo, ore liete, divertimento. Alla gente piace divertirsi. Numero due: mai sottovalutare il pubblico. L'intelligenza politica non è appannaggio soltanto di Louis Althusser e Antonio Gramsci: è il terreno di Steve Bell e Ray Lowry. Non c'è bisogno di essere privi di *humour*. Terza lezione: non c'è niente di più stupido di un capo di stato. Fai una pisciata: non costa nulla, ti fa star bene e ti aiuta a capire l'assurdità di essere governati da gente come Gorbaciov, Reagan e la Thatcher. Non dimenticare: il primo principio è restare vivi. Questo significa molto più che ricordarsi per prima cosa di respirare il lunedì mattina. Significa non prendere mai un sì per una risposta, non essere mai soddisfatti. Mai riposarsi quando si può vivere.

Death Valley Days, a sua modo, è divertente, sarcastico, anarchico, sgradevole, scioccante, stupido, buffo, giusto e divertente (ancora). Sono appiccicati insieme materiali di repertorio, spezzoni girati nei posti più incredibili, interviste radiofoniche missate e intrecciate con la colonna sonora ("Vorrei che la gente capisse che gli Stati Uniti d'America sono il centro del male del mondo..."), così Ronald Reagan secondo DVD). E' carino, fa piacere e, accidenti! Ti fa bene.

Sean Cubitt, *Independent Video*, maggio 1985, pag. 9

Lo Pay No Way!, 1985

di Vulture Video; Rap: The Dynamic Three; Musica: Ricky Rennals; distribuzione: Gorilla Tapes

Lo Pay No Way è un video di sei minuti sui giovani, dotati di talento e disillusi. Miscelando i ritmi *hip hop* con lo *scratch video*, l'opera presenta una raffigurazione ironica delle multinazionali che succhiano il sangue come vampiri e dei politici divoratori di hamburger in un mondo di moderno sfruttamento che sembra un fast food.

Questo video è indirizzato ai giovani lavoratori delle industrie di servizi come quelle delle sempre più numerose catene di fast food. E' stato fatto per innalzare il grado di consapevolezza sulle condizioni di lavoro, i salari e la sindacalizzazione.

Till Death to Apartheid, 1985

Commissionato per il programma della BBC2, *Saturday Review*. Il video riguarda la messa al bando della stampa da parte del regime di Botha, in Sud Africa, fra ottobre e novembre del 1985.

Utilizzato per lanciare la campagna inglese degli "Artists Against Apartheid". Trasmissione nell'ambito della partecipazione della BBC al Video Art Festival, presso l'American Film Institute di Los Angeles nel 1986.

The Media Show, 1987

Nella primavera del 1987 Gorilla Tapes produsse una serie di brevi *scratch video* destinati a un programma di Channel Four, il magazine *The Media Show*. Ogni clip verteva su un argomento diverso collegato alla situazione della produzione dei media moderni, la stampa, la TV e la musica. Gorilla Tapes fu incaricato della produzione e a molti registi famosi per i loro *scratch video* furono commissionati brevi lavori da includere in *The Media Show*.

Stardust 1 (Polvere di stelle 1), 2'14"

(1) In originale *Post-Holocaust chic* (N.d.T.)