



Extrait du Close-Up.it - storie della visione

<https://www.closeup-archivio.it/cito-dunque-creo>

# CITO DUNQUE CREO

- RECENSIONI - LIBRI -



Maria Rosaria Dagostino  
*CITO DUNQUE CREO*  
*FORME E STRATEGIE DELLA CITAZIONE VISIVA*

Meltemi, Euro 18,50, pp. 216

Il titolo di sapore cartesiano ci introduce in maniera diretta al fulcro di questo approfondito lavoro: la citazione come vero e proprio sistema estetico centrale nella comunicazione mediale dei nostri tempi. Pubblicità, cinema, videoclip, televisione, internet e quanti altri mezzi, propongono percorsi audio e/o visivi di comunicazione e ripropongono continuamente riferimenti, categorie, icone che derivano da questo ormai inesauribile magazzino culturale che essi stessi (i media) hanno creato, sviluppato e portato al quasi paradosso. Sì, perché la società dell'immagine e dei media ha fatto dell'immagine, del ricordo, del dato prelevato non solo un luogo di accumulo, non più e non solo il museo, la collezione, il catalogo, ma addirittura un magazzino sempre presente di riferimenti, virtualmente infinito e auto-multiplicantesi con i nuovi segni citati e/o ibridati. Penetrare quindi con i mezzi della semiotica nel mondo della citazione è davvero spingersi a fondo nel sistema culturale ed estetico contemporaneo. E Maria Rosa Dagostino, dottore di ricerca in Teoria del Linguaggio e Scienze dei Segni e docente di Sociolinguistica, ne coglie la portata iniziando la sua trattazione da alcune riflessioni intorno a Fluxus e alla mostra Ubi Fluxus, ibi Motus: proprio il gruppo di origine newyorkese ha fatto della citazione una pratica di sperimentazione permanente sui linguaggi... più e più approfonditamente della *Pop Art* (Andy Warhol e Marcel Duchamp sono comunque citati e inseriti tra i "padri" di questa pratica), il discorso di Fluxus si attuava proprio su una storia dei segni che però non si storicizzava, ma puntava ad essere contemporanea, sincronica, plurivalente. E più di ogni altro è il "discorso" pubblicitario (come ricorda bene l'autrice già Barthes definiva le immagini pubblicitarie "irrequiete", quindi instabili) attua quella libertà di movimenti in contesti diversi che si produce soprattutto attraverso la citazione. Citare proprio come la radice latina significa, come mettere in movimento, e si dipanano, nel discorso sulla citazione, alcune caratteristiche che definiscono la nostra società e il modello culturale ed estetico che la sottende: la velocità, la frammentazione, la libertà di prendere, citare, in senso ironico o serio, di ricavare pastiche segnici e di conseguenza la crisi dell'idea di autore, Da questo universo segnino la Dagostino inizia una "catalogazione" ragionata e critica delle forme e delle modalità, approntando uno studio serio, dando largo spazio soprattutto al linguaggio pubblicitario, in parte perché il più rappresentativo, pop(olare) e conosciuto, e quindi centrale nella nostra società; dall'altra perché è quello che più di ogni altro ha istituito con la citazione un legame fortissimo, se ne è nutrita, ne ha fatto un valore estetico di primaria importanza. Particolarmente significativa la riflessione sulla citazione visiva che dimostra tutta la sua specificità e differenza con la citazione letteraria, soprattutto dal punto di vista del fruitore, aprendo così possibili scenari interpretativi.

Una notazione in calce: il testo si presenta documentatissimo e ricco di suggestioni, passaggi teorici e esempi e il tono stesso usato dalla Dagostino è efficace, una scrittura che procede quasi per appunti, con l'autrice che si mostra in prima persona, che si sofferma su una immagine, un punto teorico per poi sviluppare, costruire un percorso scientifico, senza dimenticare mai la traccia sociosemiotica... davvero efficace!