

“I fotografi creativi riflettono se stessi nel mondo e del mondo si fanno specchio; riescono, così, a rendere visibile l'invisibile e lasciare un'indelebile traccia del loro sguardo.”

Gran bella frase, pronunciata da un fotografo, Franco Fontana, che della creatività ha fatto la sua cifra stilistica, meglio ancora, la sua poetica.

Ma cos'è, poi, la creatività? Cosa intendiamo per creatività?

Forse è una capacità che ci rende simili a un Dio che chiamiamo, appunto, Creatore? E' il risultato della nostra capacità inventiva? E' quell'attitudine che ci porta lontano dalle vie ortodosse del fare e ci fa scoprire nuovi risultati, nuovi percorsi?

E', forse, una versione dell'antica “hybris” del mondo greco?

Proviamo col vocabolario. Ne vien fuori “virtù, capacità di creare con l'intelletto, con la fantasia; sinonimo di estro, inventiva, fecondità, vena”. Troppo poco.

Proviamo, allora, con qualche definizione scientifica: “creatività come processo che implica la produzione di nuove idee e di nuovi concetti o di nuove associazioni e la loro trasformazione e concretizzazione in un risultato nuovo ed originale (J.P.Guilford).

Ci muoviamo già meglio dentro questa definizione. Ma, nel contempo, constatiamo che questa benedetta creatività è qualcosa che non si trova al supermercato.

S'impara forse a scuola? Ebbene sì. Le nuove metodologie didattiche ci parlano di brainstorming, di sinettica, di brain trust come di tecniche per sviluppare il nostro pensiero creativo nell'ambito della soluzione dei problemi.

Ma non vogliamo penetrare nei tecnicismi di una metodologia didattica; più semplicemente intendiamo confrontarci con l'idea di creatività pensata come quel fare al tempo stesso inventivo e libero che, come tale, è penetrato nella filosofia delle arti.

Quando vi è entrato? A partire dall'800 e dalla rivoluzione romantica.

Il mondo classico, quello greco, infatti, conosceva solo il POIEIN, ovvero quell'attività che mirava a riprodurre le cose esistenti in natura.

Da questo produrre artistico era esclusa ogni forma di novità e di originalità; la rappresentazione era soggetta a canoni e regole ben precise (tecnè). C'erano, invero, delle eccezioni ma le stesse cosmogonie o teogonie ignoravano il concetto di creatività che sostituivano con quello della nascita. Nel “Timeo” di Platone il demiurgo non è un mai un creatore ma un ordinatore; egli non produce ma organizza una materia preesistente.

Il mondo romano conosce il verbo creare accanto al verbo facere ma tale verbo non assume mai una sua autonomia.

Solo in un momento successivo si accorderà all'arte poetica qualche licenza (e sempre però nel solco dell'obbedienza al principio dell'imitazione della natura, secondo il dettato di Seneca o dello Pseudo Longino). E non sarà sufficiente l'avvento dell'idea biblico-cristiana a modificare questo stato di cose. Al contrario, si postulò (e si confermò) l'assunto che solo la divinità potesse coniugare il verbo creare e mai l'artista potesse scavalcare il creatore per eccellenza.

Solo quando si afferma la dignità della figura dell'artista, come portatore di un suo personale pensiero e di una sua personale visione del mondo, e quindi con l'Umanesimo tout court, si riconosce all'artista la virtù di poter immaginare, concepire, realizzare, parallelamente alla realtà, un' “altera” visione.

Ci si apre così, grazie al successivo romanticismo, all'affermazione dell'idea, del progetto dell'artista che porterà alla dissoluzione delle regole, dei canoni, dei generi, spingendo, in forma entusiasta, prometeicamente, verso la dichiarazione di indipendenza dalla mimesis, dalla ripetizione delle sembianze, dalla riproduzione del reale,

Quest'esperienza di creatività entra trionfalmente nel mondo dell'arte, si confronta con i limiti inevitabili del “genio” o del “gusto” ma, nell'era della tecnologia, dovrà fare i conti con la ripetitività astratta della macchina. E qui entra in gioco l'analisi di W. Benjamin.

Separando l'analisi del fenomeno creativo dalla sua storia estetico-filosofica, e riconducendola al gesto fotografico - un gesto ripetitivo per sua invenzione e concezione quanto altro mai - è inevitabile annotare un dato fondamentale che ha a che fare (a che vedere, sarebbe il caso di dire) col gesto fotografico ed è l'esperienza della “connotazione”

Ogni qual volta il nostro sguardo si intrattiene sulla realtà opera una scelta, adotta un criterio di giudizio, discerne e critica, fa suo, insomma, l'universo visibile; ed oltre questa prima soggettivizzazione dello sguardo, un'altra ne aggiunge quando fa uso dello strumento che Galilei e L.B. Alberti ci hanno regalato. E se la macchina gli impone una certa visione (i famosi postulati dell'inconscio tecnologico e dell'inconscio ottico formulati da Vaccari e da Benjamin) un'altra ne svilupperà il fotografo secondo il suo estro e la sua personale capacità. Ricordiamo che l'occhio e lo sguardo sono “sempre” creativi. La connotazione è quindi la fase germinale della creatività allorché, grazie alla volontà dell'operator, tutto lo specifico del suo armamentario fotografico viene trasferito in un alfabeto nuovo ai limiti del para-fotografico o del meta-fotografico, alla faccia dell'hybris e della presunzione autoriale che dir si voglia.

Dentro questi limiti la creatività ci sta tutta.

Libera da ogni regola retorica compositiva o formale, non soggetta agli imperativi dello spazio e del tempo, svincolata dal suo dovere documentativo, narrativo e financo artistico. Obbediente solo al desiderio tutto umano di esprimere, partecipare, condividere tale desiderio. E la tecnologia moderna? Rimane solo strumentale all'idea. Insomma creatività fa rima con libertà.

Ed è stato sempre così, dai primi dagherrotipi sino all'immagine fotografica del nostro pianeta inviataci dalla navicella spaziale. Ed è inevitabile che ciò accada perché il corpo-mente che fotografa non è solo uno strumento biologico comandato da mere regole meccaniche o chimiche ma un portatore-testimone di esperienze che si riflettono e si rispecchiano nella rappresentazione del mondo lasciando una traccia del pensiero dell'uomo e della donna.

---

Le enciclopedie ci insegnano che i francesi hanno regalato la fotografia al mondo (io non sono d'accordo e li rimando all'odéon dei teatri greci). Ma se il loro intento (quello dei francesi) fosse stato solo la riproducibilità, l'indagine, il ricordo – tutte espressioni di un secolo positivista per eccellenza – questo intento è stato da tempo ampiamente assolto e trasmesso alla popolazione mondiale (v. iphone). Di quell'invenzione, ormai, si è impossessata la visione poetica-tecnologica dell'uomo e, pertanto, lo strumento, come uno scalpello, un pennello, un violino, si è messo al servizio della rappresentazione delle sue idee, della sua esperienza, della sua storia.

Eppure Otto Steinert, grande fotografo, affermava; “La creazione fotografica assoluta nel suo aspetto più libero rinuncia ad ogni riproduzione della realtà perché riprodurrebbe il visibile.”

Creatività, creatività: cosa sei? Ci affanniamo a cercarti. Forse non sei un Cosa, forse sei un Chi. Siamo noi?

A questa prefazione è seguita la visione di una ventina di immagini fotografiche laddove abbiamo cercato più concretamente di evidenziare la volontà di definire la creatività e quindi il desiderio di apparire creativi, la necessità di esserlo, l'evidenza di esservi riusciti. Erano immagini dove, ad esempio, la lettura successiva delle medesime è risultata ambigua senza che ci fosse alcuna ambiguità nel referente, ed ancora, immagini solamente concettuali senza pretesa di creatività, alcune addirittura astratte ma concretissime nella loro riconoscibilità.

Abbiamo provato allora e insieme, a rintracciare la presenza di questa benedetta creatività, e forse ci siamo riusciti. Forse, perchè, come ho già detto, la creatività non si compra al supermercato. (Pippo Pappalardo)

=====