

La pulsione e la regola

di Massimo Causo

Anche di fronte a due lavori come i recenti *Impero* (31', 2003) e *The Pentagon TV Commercials* (18', 2004) – politicamente militanti in maniera ancor più immediata di quanto, implicitamente e idealmente, la loro produzione pur da sempre dichiarati d'essere – ciò che letteralmente colpisce nell'attivarsi dell'opera di Cane Capovolto è la del tutto insolita (e ogni volta imprevedibile) capacità di lasciar esplodere la ragione del non-senso nel corpo sempre più imploso dell'immaginario comune O, se preferite, la messa in opera degli automatismi pulsionali dell'immagine nelle dinamiche più regolari (persino elementari) della comunicazione audio-visiva dominante. Difficile spiegarsi se non si ha esperienza diretta del lavoro condotto da ormai più di dieci anni da questo gruppo di guastatori catanesi all'interno del corpo fisico e sociale dell'immaginario, catalizzatori di un dissenso "situazionista" che riesce sempre a spiazzare non tanto i presupposti del loro [filmare] l'immaginario (come scriverlo, se non tra parentesi quadra?...), quanto piuttosto le conseguenze stesse che quel [filmare] offre candidamente alla fruizione dello spettatore. La sensazione è ogni volta la stessa, quella di chi, dopo un'esperienza prolungata di deprivazione sensoriale, si ritrova improvvisamente bombardato da segnali assordanti nella loro attonita semplicità: vertigine, sbandamento, distorsione, ingordigia, angoscia... Paura e desiderio...

La pulsione e la regola, insomma, che si abbracciano e si contendono il campo percettivo e cognitivo, come fossero la fonetica e la parola di un dire che prescinde il bisogno di una comunicazione abituale e attinge piuttosto alla necessità fatica della ragione. Quasi una perifrastica implosa nella logica attuale delle singole immagini da loro utilizzate attingendo a un campionario che oggettualizza i frammenti di comunicazione ordinaria: *found-footage*, *detournement*, repertorio, didascalie proclamate da speaker... Ci si ritrova ogni volta come intellettivamente sguarniti eppure senzienti, sospinti nel corpo anarchico eppure militante delle immagini (forse anche dell'immaginario) da loro evocate, atterriti dal controsenso del loro *modus* e attratti nel vortice del dissenso da loro attivato. Anche di fronte ai due ultimi lavori di Cane Capovolto, il gioco è lo stesso, per quanto sia *Impero* che *The Pentagon TV Commercials* si offrano come oggetti di controinformazione audiovisiva, atti ad agire nel qui ed ora della contingenza storica di cui siamo nostro malgrado parte: il vuoto pneumatico del "dopo 11 settembre", l'attacco imperialista all'Iraq mascherato da guerra al terrorismo...

Impero assume una forma quasi "didattica", si mimetizza nell'utilità comunicativa del video di in/formazione sulle strategie dell'imperialismo statunitense sino a vestire l'abito della propaganda: in certa misura, precede persino il Michael Moore di *Fahrenheit 9/11*, sia nell'ironia che nella puntualizzazione da incubo a occhi aperti delle ombre che si allungano sull'11 settembre (Bush che trascorre i momenti cruciali dell'attacco alle Twin Towers con gli alunni di una scuola

elementare, è uno dei pezzi forti sia di *Impero* che del film di Moore...). Ma allo stesso tempo pratica l'ironia, si fa prendere dalla vertigine degli slittamenti di senso, dissemina contrappunti surreali, per non cadere in quella *comunicazione come strategia* che è il vero obbiettivo contro cui è puntato ogni gesto filmico del gruppo catanese.

The Pentagon TV Commercials, invece, finge la formula della propaganda di guerra in una serie di spot pubblicitari commissionati dal Pentagono per promuovere presso la popolazione l'impegno bellico in Iraq. E qui Cane Capovolto lascia esplodere il dissenso nel controsenso mascherato da logica imperialista: lo slogan si offre mimeticamente e il surrealismo della comunicazione (che solo la percezione ironica dello spettatore contestualizzato può cogliere) diviene evidentemente un surplus di realtà rispetto al quale porsi in maniera critica.

Il fatto davvero interessante è che questo dittico di cui si compone l'*Anti-War Pack* di Cane Capovolto è un atto di militanza strappato alla logica aberrante della comunicazione finalizzata e utilitaristica. Nel senso che sia *Impero* che *The Pentagon TV Commercials*, per quanto posti in opera come oggetti audiovisivi formulati secondo le regole dell'informazione / comunicazione / persuasione, in realtà agiscono nonostante tutto come fossero corpi autonomi e mutanti, in maniera pulsionale e dissuasiva, implodendo ed esplodendo al contempo nel dissenso rispetto al dominio del dire di cui *ironicamente* si fanno tramite. Né potrebbe essere altrimenti, visto che la Verità è, per gli amici di Cane Capovolto, l'unico nemico da abbattere, con irrispettoso desiderio...