

FENOMENOLOGIA DELL'ANNUNCIO

Annunciazione e trasformazione

Manifestazione e annunciazione

In *Essere e Tempo* Heidegger riconduce la fenomenologia al mostrarsi del fenomeno stesso:

«[I]l concetto fenomenologico di fenomeno intende l'essere dell'ente come ciò che si mostra [*das Sichzeigende*] [...]. E ciò che si mostra ha caratteri suoi propri che nulla hanno a che vedere con l'apparire [*Erscheinen*]. L'essere dell'ente non può essere per nulla inteso come qualcosa che sta "dietro" e "che non appare". "Dietro" i fenomeni della fenomenologia non c'è essenzialmente nulla, anche se ciò che è destinato a divenire fenomeno può rimanere celato. È proprio perché i fenomeni, innanzitutto e per lo più, *non* sono dati, che si rende necessaria la fenomenologia. Questo esser-coperto è il concetto contrario di "fenomeno"»¹.

In tal modo Heidegger sposta il momento più rilevante del fenomeno verso la superficie, nel mostrarsi, rinunciando all'ipotesi che il nucleo più denso sia nascosto da qualche parte dietro il fenomeno, in un mitologico *Ding an sich*; fa notare che questo mostrarsi non è automaticamente trasparente, in quanto esistono diversi modi di coprire il fenomeno, tanto che l'accesso al fenomeno richiede la capacità di trovare il «passaggio attraverso i coprimenti [*Verdeckungen*] predominanti»²; infine distingue il mostrar-si (*Sich-zeigen*) dall'apparire (*Erscheinen*): rispetto al fenomeno che si mostra, l'apparire è una modalità derivata: se nel mostrarsi il fenomeno si esibisce da solo, l'apparire rinvia sempre al mostrarsi di qualcos'altro: «Apparire [*Erscheinen*] è l'annunciar-si [*Sich-melden*] attraverso qualcosa che si mostra [*sich zeigt*]»³. E questo a sua volta può avvenire in due diverse modalità: «[D]a un lato l'apparire [*Erscheinen*] nel

¹ M. Heidegger, *Sein und Zeit*, Max Niemeyer Verlag, Tübingen 1993, pp. 35-36. Tutte le traduzioni che compaiono nel presente lavoro sono opera del sottoscritto.

² *Ibi*, p. 36.

³ *Ibi*, p. 29.

senso dell'annunciarsi [*Sichmelden*] come non-mostrarsi-si [*Sich-nicht-zeigen*], e dall'altro l'annunciante [*Meldende*] stesso che, nel suo mostrarsi, rinvia a qualcosa che non si mostra»⁴.

Nella messa a fuoco di questo tema, vi è una linea di pensiero, da Scheler a Heidegger per arrivare fino a Marion, che vede nella tesi dell'intuizione categoriale, elaborata da Husserl nella *VI Ricerca*, un primo passo fondamentale per estendere la datità del fenomeno oltre le modalità tipiche della sensazione in senso stretto e della datità oggettiva, fino a mettere in luce un darsi del fenomeno non più sottomesso alle regole del soggetto⁵. In questo senso Scheler ripensa la datità di Husserl, ancora concepita dal punto di vista dell'intenzionalità oggettivante del soggetto, per rovesciarla in una datità che si offre a partire dal fenomeno stesso, cioè come spontanea autodatità (*Selbstgegebenheit*), infine Marion la trasforma in "donazione", cioè nel principio primo della fenomenologia.

In questo autodarsi/donarsi traspare una contro-intenzionalità che non parte dal soggetto ma dal mondo stesso. In termini husserliani, emerge il problema dell'esistenza di una noesi del noema, cioè di un'intenzionalità noematica. L'autodatità non è quindi un mostrarsi (*Sichzeigen*) da soli, al di fuori della correlazione intenzionale, ma un modo di darsi che eccede la specifica correlazione intenzionale fra il fenomeno e il soggetto oggettivante. L'idea di un fenomeno che riesce a manifestarsi da solo, senza rinvio ad altro e secondo regole immanenti al fenomeno stesso, è molto problematica. Secondo il fondatore della semiotica moderna, Charles Sanders Peirce (1839-1914), tutto è segno. Se tutto è segno, allora anche il manifestarsi rinvia necessariamente a qualcos'altro e non esiste un autodarsi privo di un qualche rinvio ad altro da sé. Il caso limite è rappresentato dall'iconismo: qui il rinvio è diretto, in quanto l'icona è un segno

⁴ *Ibi*, p. 30.

⁵ Scheler rimase molto colpito dalla *VI Ricerca* di Husserl, e in particolare dalla tesi secondo cui le *forme categoriali* si danno in una modalità distinta dall'intuizione sensibile. In questa tesi Scheler penserà (erroneamente) di vedere teorizzata quella forma di *ricettività non sensibile* che da tempo cercava quale messa in discussione della coincidenza postulata da Kant fra ricettività e sensazione. Quando Husserl scrive che le forme categoriali si danno nell'intuizione categoriale, Scheler pensa di poter leggere che esistano riempimenti materiali che possano essere colti distintamente dalla percezione sensibile, e quando Husserl, in *Ideen 1*, fa supporre che le forme categoriali siano da intendere nel senso di Bolzano, cioè in termini di essenze distinte dai dati empirici e tuttavia basate su dati sensibili, Scheler accusa Husserl di aver compiuto una «svolta idealistica» e di aver abbandonato le *Ricerche Logiche*. A mio avviso qui va distinta la sensazione organica in senso stretto, come il bruciore agli occhi provocato da una luce troppo intensa, dalla ricezione dei contenuti espressivi che posso cogliere con l'organo visivo, ad es. la luce di un tramonto. Si tratta cioè di ipotizzare un riempimento che non segua la logica della sensazione organica in senso stretto, ma che tuttavia rimanga empirico, come avviene nel caso della ricezione estetica di un'opera d'arte. Su queste tematiche cfr. G. Cusinato, *La Totalità incompiuta*, Franco Angeli, Milano 2008, pp. 189-191.

che partecipa materialmente ai caratteri dell'oggetto a cui rinvia, ma rimane pur sempre un rinvio⁶.

Rispetto al manifestarsi del fenomeno come si pone allora il problema dell'annunciazione? Basta passare dall'intenzionalità del soggetto a una contro-intenzionalità che parte dal mondo stesso (e che in tal modo lascia al fenomeno la libertà di manifestarsi nella forma dell'autodati o della donazione) oppure nell'idea di annunciazione è implicito qualcosa di più? Nell'annunciazione non viene praticata una rottura capace di far emergere la differenza nei confronti della ripetizione? L'annunciazione è solo un indice della fenomenalità, uno dei tanti modi impliciti nel darsi del fenomeno (della manifestazione, della rivelazione, della donazione) o ciò che precede e apre la strada al punto di svolta da cui ha origine la manifestazione del fenomeno? Nell'annunciazione non è implicita una *comunicazione* che trasforma, una conversione periaogica? Certo, un fenomeno può manifestarsi seguendo uno sviluppo lineare, corrispondente ad es. a un semplice ampliamento. Tuttavia la stessa manifestazione lineare del fenomeno non rinvia infine a un'origine che ha avuto bisogno di essere inizialmente annunciata? In tal caso non va riconosciuto che è l'annunciazione, prima ancora della donazione, a diventare il principio primo della fenomenologia?

L'annunciazione come squillo di tromba

L'annunciazione non si rivolge solo all'intelletto: una comunicazione che venisse solo compresa, senza essere sentita, non sarebbe una comunicazione che trasforma, ma solo una informazione. Per diventare comunicazione che trasforma essa ha bisogno di interferire con l'ordine del sentire di chi ascolta. Al fine di far luce su questo aspetto è importante superare l'antico pregiudizio che considera il sentire e le emozioni come meri stati interiori privati della coscienza. Proviamo a rovesciare il punto di vista e a considerare il sentire e le emozioni come ciò che determina il nostro modo di posizionarci nel mondo e di selezionare ciò che ci sta più a cuore. Questa tesi venne espressa da Max Scheler in un saggio del 1913, *Riabilitare la virtù*: il sentire e le emozioni agiscono là fuori, nel mondo stesso, sono essi infatti a disegnare il paesaggio della nostra esperienza, sono essi a farci vedere i suoi contorni e i suoi colori, a far emergere forme e

⁶ Cfr. C.P. 4.531. C.P. = *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, C. Hartshorne - P. Weiss (eds.), Harvard University Press, Cambridge (MA) 1931-1935; A.W. Burks (ed.), Harvard University Press, Cambridge (MA) 1958.

irregolarità, a tratteggiare innalzamenti e abissi, laddove ci sarebbe data solo la piatta superficie di una pianura incolore. Infatti il

«fenomeno dell’“orizzonte” e della “prospettiva” non è affatto circoscritto all’ambito puramente ottico. Lo ritroviamo anche nell’ambito delle nostre rappresentazioni, dei nostri concetti, dei nostri interessi, del nostro amare e odiare, persino nelle idee più pure. “Orizzonte” e “prospettiva” – lo sappiamo anche dalle constatazioni molto esatte della psicologia – non sono semplicemente conseguenze di effetti fisico-geometrici della luce e neppure dell’anatomia e della fisiologia del nostro apparato visivo, bensì rappresentano una legge funzionale complessiva del nostro essere e di ogni essere finito»⁷.

L’orizzonte dell’esperienza, il modo di percepire, la mappatura del mondo circostante non sono solo il risultato di condizionamenti biologici e di variabili storiche e culturali, ma anche dell’organizzazione affettiva, cioè dell’*ordo amoris* di una singolarità. È sempre Scheler a descrivere con precisione questa situazione:

«Mi trovo immerso in un mondo incommensurabile di oggetti sensibili e spirituali che pongono incessantemente in moto il mio cuore e le mie passioni. Io so che è proprio dal gioco di questo moto che dipende tanto ciò che posso conoscere tramite la percezione e il pensiero, quanto ciò che posso volere, scegliere, fare, operare o portare a compimento. Di conseguenza, ogni sorta di giustezza o falsità e stortura della mia vita e agire viene a essere determinata da tale presupposto: se esista un ordine oggettivamente retto di questi moti del mio amore e odio, della mia inclinazione e della mia avversione, del mio molteplice interesse per le cose di questo mondo e se possa imprimere o meno tale “*ordo amoris*” nel mio animo»⁸.

È tale *ordo amoris* che guida il nostro incedere nell’apertura al mondo: l’umano si porta dietro l’*ordo amoris* come un guscio, come un “apriori” individuale emotivo, le cui categorie sono costitutive di altrettante “aperture” e “finestre” sul mondo, tanto che è solo

⁷ M. Scheler, *Zur Rehabilitierung der Tugend*, in Id., *Gesammelte Werke*, Bern und München 1954 - Bonn 1997, Bd. III, p. 27.

⁸ Id., *Ordo amoris*, in Id., *Gesammelte Werke*, cit., Bd. x, p. 347. L’*ordo amoris* di Scheler è un ordine del sentire dinamico che orienta l’esistenza dell’individuo, qualcosa di simile a quello che recentemente Richard Davidson ha definito «Stile Emozionale» (cfr. R.J. Davidson - S. Begley, *La vita emotiva del cervello*, tr. it. di C. Capararo e M. Bottini, Ponte alle Grazie, Milano 2013).

«attraverso le finestre di questo guscio che egli scorge il mondo e se stesso: del mondo e di se stesso non scorge niente di più e niente di meno che quanto queste finestre gli lasciano vedere secondo la loro posizione, la loro grandezza e il loro colore»⁹.

Qui non è più all'opera un'intenzionalità del soggetto che oggettiva il mondo, piuttosto viene descritto un lasciarsi toccare dalle cose stesse, aprendosi a una contro-intenzionalità che parte dal mondo stesso. Questa contro-intenzionalità viene ripensata nell'ottica dell'annuncio:

«Una tale attrazione e repulsione non parte dall'io, come nel caso della cosiddetta attenzione attiva, ma direttamente dalle cose stesse e viene regolata e definita in base agli atteggiamenti dell'interesse e dell'amare, vissuti appunto come disposizioni di apertura nei confronti del venir toccati dalle cose stesse. Le cose reali si annunciano primariamente con lo squillo di tromba di un segnale valoriale che precede l'unità percettiva che sta annunciando: "Qui succede qualcosa!". Un segnale che prende le mosse dalle cose stesse e non dal nostro vissuto»¹⁰.

La manifestazione del fenomeno viene annunciata dallo squillo di tromba che segnala al mondo: "Qui succede qualcosa!", rendendo così possibile la percezione di ciò che sta annunciando. È sufficiente? Ripensare l'annunciazione come principio primo della fenomenologia significa concepire l'annunciazione non solo come ciò che dirige l'attenzione sul manifestarsi del fenomeno, ma anche come ciò che apre la strada e orienta materialmente il manifestarsi stesso del fenomeno. Si tratta di capire se l'annunciazione sia riconducibile all'iniziativa auto-sufficiente del fenomeno stesso, se sia quindi primariamente un annunciarsi, o se vada reinterpretata ad es. sulla base di una più complessiva teoria dell'espressività.

Procederò distinguendo due livelli: quello della semplice manifestazione di un fenomeno in una situazione ambientale e quello della rivelazione della persona.

Espressività: annunciazione e affordance

Al livello più semplice, la manifestazione del fenomeno avviene sempre all'interno di una situazione ambientale (l'ambiente ecologico di appartenenza

⁹ *Ibi*, p. 348.

¹⁰ *Ibi*, p. 349.

o un determinato contesto sociale). Ciò vale per lo squillo di tromba rievocato da Scheler come per le tesi dello psicologo gestaltista Kurt Koffka, quando nel 1935 osservava che ogni cosa annuncia direttamente quello che è: «[U]n frutto dice “mangiami”, l’acqua dice “bevimi”, il tuono dice “temimi” e una donna dice “amami”». Questo celebre passo impressionò in modo particolare James Gibson, che giunse a elaborare la teoria delle *affordances* anche riflettendo su di esso¹¹. Mentre tuttavia Koffka e successivamente Kurt Lewin, con la teoria dell’*Aufforderungscharakter*, sostenevano che tali richieste avrebbero un carattere meramente soggettivo, sarebbero cioè valori e credenze indotte dai bisogni dell’osservatore, Gibson, con la teoria delle *affordances*, attribuisce loro uno statuto non arbitrario e non meramente psicologico: «[U]n’*affordance* non è conferita a un oggetto dal bisogno di un osservatore e dal suo atto di percepirla. L’oggetto offre quel che offre perché è quel che è»¹².

Secondo Gibson, non percepisco un oggetto “sedia”, che solo successivamente viene associato nella mia testa a determinati valori e significati, ma è la stessa situazione ambientale – in cui il mio corpo-vivo si trova immerso insieme alla sedia – che sedimenta in un determinato contesto di senso la “sedibilità”; è la cinetica del corpo-vivo, che io sono, e delle sue possibilità di movimento a penetrare la struttura fisica della sedia, già codificata semioticamente, fino a prefigurare e poi a sperimentare la “sedibilità”: il corpo-vivo percepisce la sedibilità come qualcosa in cui la sedia e le sue possibilità cinetiche sono fuse assieme. È solo il sapere scientifico che, con uno sforzo di astrazione, separa il concetto di sedia dalla “sedibilità” di una certa sedia. Ogni oggetto all’interno di un ambiente offre proprietà disposizionali, esprime cioè caratteristiche in relazione all’ambiente in cui è immerso. È il valore di questa “posizionalità” ambientale, o *affordance*, la prima cosa che viene colta nella percezione.

Le *affordances* assomigliano, per usare l’espressione di Scheler, a “squilli di tromba” che orientano la percezione della dimensione espressiva del fenomeno stesso, come quel ramo morto che stagliandosi sulle foglie gialle del bosco sembra annunciare con il suo colore scuro una minaccia. L’errore è quello di pensare che tali *affordances* siano solo gli scarti secondari dell’attività intellettuale, gli effetti collaterali di un cervello cognitivo tutto intento a sintetizzare rappresentazioni del mondo: il fatto di non essere rappresentazioni oggettive le condannerebbe allo *status* d’impressioni illusorie senza alcuna “corrispondenza” con il mondo reale.

¹¹ J. Gibson, *Un approccio ecologico alla percezione visiva*, tr. it. di R. Luccio, Il Mulino, Bologna 1999, p. 222.

¹² *Ibidem*.

Per ritornare all'esempio di Koffka, è inoltre evidente che la maniglia di una porta mi dice: "Aprimi" in un modo completamente diverso da come una donna può dirmi: "Amami"¹³. Nel caso di una maniglia viene evidenziata la possibilità di essere usata in un certo modo, e questo non viene determinato esclusivamente dall'intenzionalità del fenomeno stesso, ma dall'intenzionalità oggettivamente sedimentata nel contesto ambientale e sociale. In questo caso l'*affordance* riguarda esclusivamente la legge di funzionamento o la prassi d'uso di un oggetto all'interno di un determinato contesto. La prospettiva cambia radicalmente se si considera l'annuncio, e quindi il piano espressivo, di un essere vivente. Nei sistemi organici, psichici, sociali e personali l'*affordance* non è più l'annuncio di una richiesta d'uso, ma diventa l'annuncio di una richiesta di cura: una pianta di fiori, esausta, implorerà: "Innaffiami!", un amico: "Aiutami a dimenticare il mio dolore!", una figlia: "Amami!". Nel mondo non ci sono solo *affordances* di artefatti che chiedono di essere usati e manipolati, ma anche *affordances* di esseri viventi che chiedono di svilupparsi e fiorire e di persone che chiedono di essere felici.

L'annunciazione e la crisi della persona

Distinto dal manifestarsi nel senso dell'annunciarsi (*affordance*-annuncio) è il manifestarsi reso possibile dall'annunciazione. Mentre l'annunciarsi è un'informazione che parte dal contesto e rimane autoreferenzialmente comprensibile solo all'interno di quel contesto, l'annunciazione è una comunicazione che parte da un'alterità e apre la possibilità all'annunciata (nel senso di persona coinvolta dall'annunciazione) di manifestarsi eccedendo la logica del contesto d'origine. Qui l'annunciata può diventare una figura decisiva per comprendere il concetto di persona¹⁴. Se è l'annunciazione che promuove la trasformazione della persona, allora l'evento dell'annunciazione rappresenta la crisi al centro di tutta la fenomenologia della persona.

La persona vive la noia, l'indignazione o la meraviglia verso il proprio presente, il senso di colpa o la nostalgia per il passato, l'angoscia o la speranza per il

¹³ Cfr. G. Cusinato, *La Totalità incompiuta*, cit., p. 194.

¹⁴ Sull'etimologia del termine "persona" mi permetto di rinviare a quanto già scritto in G. Cusinato, *Periagoge. Teoria della singolarità e filosofia come cura del desiderio*, QuiEdit, Verona 2014, pp. 201-202. Qui e di seguito distinguo la "persona" dal "sé": la persona assume una forma singolare nel trascendersi verso l'apertura all'alterità, il sé è invece il soggetto egocentrico che si erige all'interno di una prospettiva autoreferenziale. Uso pertanto il termine "persona" in un senso piuttosto differente da quello criticato da Simone Weil e, più recentemente, da Roberto Esposito.

futuro, l'invidia, il risentimento, l'odio o l'amore e l'ammirazione per l'alterità, la paura, la sofferenza e la disperazione per la perdita e la malattia, la sensazione di paralisi e d'impotenza tipiche della depressione, e nel vivere queste sensazioni spesso si accorge di non avere già a disposizione gli strumenti e gli schemi necessari ad affrontarli. Di fronte a questa crisi, la persona è spinta a metabolizzare le esperienze emotive andando ben oltre il contesto e le soluzioni già sperimentate in precedenza, fino a dare forma a un vero e proprio riorientamento e riposizionamento nel mondo ed è in questo modo che ogni individuo funzionalizza il percorso di originazione della propria inconfondibile singolarità.

Nella prospettiva dell'annunciazione che mette in crisi, la persona diventa il risultato d'un percorso espressivo di deviazione dal contesto del senso comune e del sentire comune, fino ad arrivare a vedersi da un nuovo punto di vista e a viverli come una vera e propria sorpresa. Quando la persona si vive come una sorpresa, impara a "girare lo sguardo" verso ciò che le sta più a cuore e scopre di non essere l'insieme di affanni, impegni e banalità che, come incrostazioni, si erano sedimentati sulla propria esistenza fino a renderla irricognoscibile, ma qualcosa di cui valga la pena prendersi realmente cura.

Tutto ciò spinge a riformulare radicalmente il concetto di persona al di fuori di una prospettiva "confessionale": la persona non è un centro spirituale che successivamente s'incarna in un corpo. Non è neppure il "rational self", al centro della filosofia della mente, inteso come la linfa rarefatta e anemica di un puro ente di ragione. La persona si rivela piuttosto un ordine del sentire unico e irripetibile che non si costituisce erettivamente, ma nel far fronte alla crisi e alla sofferenza attraverso un atto di svuotamento e di superamento della propria prospettiva autoreferenziale. In tal modo la persona non prende forma nella cura sui intimistica di un'anima bella autosufficiente, ma solo nella condivisione della cura: da quella dei legami affettivi più vicini a quella dell'apertura al mondo. Senza questo eternarsi superandosi, senza questa esposizione estatica all'imprevisto e all'alterità, che in ultima analisi permette l'esistere, non sarebbe possibile alcuno spazio di trasformazione dell'individuo, della cerchia familiare e della società.

Annunciazioni, messaggeri e angeli

L'ipotesi che alla base della crisi e della trasformazione della persona ci sia un'annunciazione proveniente dall'alterità, e non semplicemente un annunciarci autoreferenziale, richiede un cambiamento di prospettiva e una nuova immagine. Nella mitologia greca l'annunciazione è spesso associata alla figura

del messaggero alato, in greco detto *anghelos*, e uno di questi, Iris (o Iride nella versione latina), viene posto, nel *Teeteto* di Platone, in una relazione filiale con il dio della meraviglia e principio primo della stessa filosofia (cfr. *Theaet.*, 155 d). Qui la funzione del messaggero alato è quella di gettare un ponte fra terra e cielo (l'arcobaleno), mediando eroticamente fra i due e intessendo la dimensione atopica propria dell'umano, la stessa entro cui prende forma anche il sapere filosofico.

Nella tradizione cristiana la funzione del messaggero alato è invece solitamente attribuita all'arcangelo Gabriele. L'immagine è quella di Gabriele che annuncia a Maria l'atto generativo per eccellenza: il parto. Questa immagine suggerisce che le categorie del nascondimento-disvelamento non siano sufficienti a descrivere il rivelarsi della persona, in quanto l'annunciazione non si limita a rinviare genericamente a qualcosa che c'è già e non si mostra, ma annuncia appunto una crisi e la nascita di qualcosa che prima non c'era. Di fronte all'annunciazione di questa novità, che spezza la linearità del tempo, Maria reagisce disvelando non tanto ciò che è stata, quanto il proprio profondo disorientamento.

L'*Annunciazione Cavalcanti* di Donatello (1430-40 ca.) è l'immagine di un'annunciazione che trasforma la postura di Maria. Nonostante le decorazioni dorate e gli abiti sontuosi, il rilievo ha uno stile sobrio e poco trionfante: l'arcangelo Gabriele è inginocchiato in basso ed è riluttante. Maria è come colta di sorpresa, trattenuta e, in un atto di rivolgimento, abbozza un repentino riposizionamento della propria postura. Si tratta di un'immagine diversa da quelle spesso consegnateci dalle varie rappresentazioni dell'annunciazione in cui l'arcangelo impone il messaggio, quasi sempre dall'alto, a una Maria stabilmente seduta o inginocchiata su se stessa.

Immagini che trasformano: l'Annunciazione di Cestello

L'idea di Donatello ricompare anche nell'*Annunciazione* di Lorenzo di Credi (1480-85 ca.), ma senza particolari guadagni. Vi è invece un'altra opera in cui l'idea di Donatello non solo viene ripresa, ma viene rielaborata drammatizzando ulteriormente la reazione meravigliata di Maria: si tratta dell'*Annunciazione di Cestello* ad opera di Botticelli (1489-90 ca.). Qui troviamo una Maria inquietante, tanto che nel viso e nell'acconciatura dei capelli sembra ricordare ancora qualcosa della celebre *Nascita di Venere*. L'atmosfera di gioiosa eccitazione dei sensi e della natura, presente nei dipinti precedenti, non è ancora scomparsa, eppure la spensieratezza ha lasciato il posto al dramma di

un prorompente processo di trasformazione. È come se questo dipinto fosse la testimonianza di una trasformazione che Botticelli stesso stava sperimentando, come se l'atto creativo che l'ha originato fosse la traduzione del percorso espressivo con cui aveva metabolizzato tale trasformazione: il segreto e la memoria di questo percorso espressivo di trasformazione sembrano essersi impressi definitivamente su quest'opera d'arte. Ed ora è come se la matrice iconica di tale percorso espressivo potesse rivivere in chi l'osserva. A ben vedere la forza di quest'immagine non deriva dal mostrare un processo di trasformazione, bensì dal renderlo partecipabile. *È un'immagine che trasforma.* Anche un'immagine, quindi, può orientare e diventare un'annunciazione.

Maria, distolta dalla lettura del libro sacro posto sul leggio, sembra vibrare e risuonare. L'elegante rivolgimento lascia trasparire lo sforzo drammatico di resistere e far fronte all'annuncio dell'angelo Gabriele. Ma anche, contemporaneamente, di sintonizzarsi in qualche modo ad esso. Pure il movimento delle mani e delle braccia comunica questo smarrimento. Ma esso viene come soccorso dall'angelo premuroso che, con le dita alzate della mano destra, indica con precisione la giusta intonazione (*Stimmung*) per addentrarsi verso una nuova destinazione (*Bestimmung*), a cui sembra riservata l'offerta del giglio bianco. È evidente il contrasto fra l'immagine di stabilità e orientamento trasmessa dalle dita alzate dell'angelo, appena planato, e la perdita d'equilibrio che accompagna il panico, lo sgomento di Maria.

In molte raffigurazioni Maria mantiene invece una postura stabile, anche quando, come nell'*Annunciazione* di Leonardo (1472-75 ca.), esprime sorpresa. Si pensi poi all'*Annunciazione* di Tiziano (1540 ca.), dove un angelo trionfante s'impone dall'alto, con indice autoritario, a una Maria inginocchiata e sottomessa (e forse proprio per questo ancora più stabilmente ancorata a se stessa), che accoglie l'annuncio a braccia conserte, con obbediente serenità. Qui non ci sono vertigini, non c'è torsione, non c'è perdita dell'equilibrio. Ma proprio per questo, forse, non c'è neppure trasformazione.

Il dipinto di Botticelli suggerisce invece che l'inaugurazione di una nuova postura esistenziale richieda una chiamata esterna che, come l'angelo inginocchiato, orienti *dal basso*, cioè in modo autorevole ma non autoritario. Senza questa chiamata non ci sarebbe un movimento di conversione periagogica e l'individuo rimarrebbe rinchiuso nella propria intrascendenza, senza fiorire e generare qualcosa oltre se stesso.

Se questo è vero, ogni "parto" creativo ha la sua "annunciazione". Annunciazione in senso ampio: generalmente le "chiamate" non sono così vivide, tanto da incidere spesso con la lentezza della goccia d'acqua sulla roccia o da agire carsisticamente, attraverso piccole spinte. In altri casi, come suggerisce Socrate

a proposito del *daimonion*, indicano per esclusione, trattenendo dal fare qualcosa. Ma sono pur sempre queste piccole spinte, o queste frenate, che rendono significativa, più di altre, una certa esperienza o un certo episodio della vita: sommandosi formano l'onda che dà una direzione alla destinazione della singolarità. Di fronte a queste chiamate – che provengono empiricamente dal basso, dalla sfera affettiva – è tutto il nostro essere a rigirarsi e a ricercare un nuovo equilibrio, mentre fino a quel momento aveva girato su se stesso a vuoto, senza sapere chi fosse. Ed è nel sintonizzarsi con quelle dita alzate (che oggi ricorderebbero un diapason), che la singolarità trova il proprio accesso al mondo.

L'Annunciata: annunciazione e trasformazione

Nell'*Annunciazione di Cestello* emerge con particolare evidenza la connessione fra l'evento dell'annunciazione e la trasformazione dell'annunciata: l'annunciazione è la comunicazione di una nascita e induce nell'annunciata (Maria) una drammatica conversione periagogica. Tuttavia l'annunciata non ha un ruolo puramente passivo: l'annunciazione si limita a offrirle lo spazio maieutico per compiere una trasformazione e un divenire consapevole del proprio stato interessante. Come si è già messo in luce, ogni trasformazione, ogni nascita, non avviene nel chiuso di una prospettiva solipsistica, ma ha bisogno di essere preparata da un'annunciazione che proviene dall'alterità. La "passività" implicita nel termine stesso "annunciata" rinvia, più che a una condizione di inattività, al fatto che l'annunciazione è condizione inaugurale di un nuovo inizio: l'annunciazione opera effettivamente come ciò che precede e apre una nuova strada al rivelarsi del fenomeno, in questo caso la trasformazione dell'annunciata.

Qual è la particolarità dell'annunciazione che trasforma? A che livello agisce? Nel quadro di Botticelli l'annunciata non si limita a comprendere qualcosa che prima non sapeva, ma sente l'annuncio direttamente nella propria carne: l'annunciazione che trasforma non solo fa *capire* qualcosa, bensì la fa *sentire* direttamente. Sembra banale dirlo, ma capire qualcosa e vivere qualcosa sono due cose profondamente diverse. In filosofia è invece molto diffusa l'illusione che basti capire qualcosa e che non occorra viverla. Probabilmente ciò vale anche per il modo in cui è stato letto il famoso passo in cui Platone afferma che l'*arche* della filosofia è il *pathos* della meraviglia: «È tipico del vero filosofo provare questo *pathos*, la meraviglia. Infatti non c'è altro principio [*arche*] della filosofia che questo» (cfr. *Theaet.*, 155d). Spesso chi fa filosofia pensa che sia sufficiente comprendere il senso di questo passo. Raramente arriva alla conclusione che qui Platone forse gli sta richiedendo qualcosa di molto più impegnativo, e cioè

il “provare” in prima persona un *pathos* di tipo particolare: l’essere pieni di una meraviglia non instupidente e paga di sé, ma di quella meraviglia che provoca le vertigini a Teeteto e che, destabilizzandolo, diventa maieuticamente generatrice, cioè *arche*, della filosofia. Non solo quindi la mera comprensione del suo significato ma il “provare” direttamente quel particolare *pathos* che in esso è descritto. In questo caso quel passo diventerebbe, esso stesso, una vera e propria annunciazione, cioè una comunicazione che trasforma.

ABSTRACT

In the Greek mythology the concept of annunciation has been often associated with the figure of “winged messenger”, in Greek “anghelos”, while in the Christian tradition it usually recalls the archangel Gabriel in his announcing to Mary the generative act per excellence: the birth. In this paper I take into consideration Botticelli’s Cestello Annunciation: the image represented in this painting suggests the interpretation of the annunciation from the viewpoint of transformation, i. e., of the crisis and the birth of something that was not there before.

What is special in the annunciation that transforms? In Botticelli’s masterpiece, Mary doesn’t only comprehend something that she didn’t know before, but she also feels the announcement directly in her own flesh: the annunciation that transforms doesn’t exclusively let her understand something, but also allows her to feel it directly. If this is true, every transformation has its annunciation.