

Si tiene a Berlino la Fiera Dada: la polarizzazione tra cultura d'avanguardia e tradizioni culturali porta alla politicizzazione delle pratiche artistiche e all'emergenza del fotomontaggio come nuovo medium.

La Fiera Dada tenutasi nel giugno 1920 alla galleria del Dr. Otto Burchard di Berlino fu la prima apparizione pubblica del gruppo di artisti – vari per progetti e origine – che costituì il movimento ufficiale dadaista berlinese. Il fatto che l'evento venisse annunciato come una fiera invece che come una mostra, dimostra che fin dall'inizio la parodia dell'esposizione di merci, a livello di allestimento e di grande presentazione commerciale, voleva evidenziare l'intenzione dadaista di trasformare radicalmente sia la struttura dell'esposizione sia gli oggetti d'arte in essa [1].

Alcuni degli oggetti al centro della fiera – soprattutto *Taglio con coltello da cucina attraverso la birra Belly della Repubblica di Weimar* di Hannah Höch (1889-1978) [2], *Tatlin a casa* (1920) e *Testa meccanica (Spirito del Tempo)* di Raoul Hausmann (1886-1971) [3], e i contributi in collaborazione tra Georg Grosz (1893-1959) e John Heartfield (Helmut Herzfelde) (1891-1968) – indicano la diversità delle strategie impiegate dal nuovo gruppo. In contatto con

l'opera sia dei futuristi italiani sia dell'avanguardia russa, il Dadaismo berlinese si situava all'intersezione di una revisione critica del modernismo tradizionale, da una parte, e di un'adesione manifesta alla nuova sintesi di arte d'avanguardia e tecnologia, dall'altra. Ma più specificamente il Dadaismo berlinese era anche in opposizione radicale con l'avanguardia locale, cioè con il modello egemonico dell'Espressionismo tedesco. Era l'ethos espressionista, con le sue mire umanitarie universali, e la sua pratica, con la sua fervente volontà di fondere spiritualità e astrazione, a passare sotto scrutinio e subire le devastanti critiche dei dadaisti.

## Dada: distrazione e distruzione

Sotto l'impatto della Prima guerra mondiale, in cui l'Espressionismo aveva giocato un ruolo incisivo ma alla fine fallito di richiamo ai supposti termini dell'esistenza umana, Dada si pose esplicitamente contro tale aspirazione della pratica artistica. Questo atteggiamento apparve erroneamente a molti come una forma di nichilismo, ma quella che va invece sottolineata è la natura positiva della critica dadaista. Contro l'impegno espressionista di fondere estetica e spiritualità, Dada costruì un modello di antiestetica; contro il richiamo all'universalità dell'esperienza umana che assimila l'estetica alla mistica, Dada enfatizzò le forme estreme di se-



1 - La Prima Fiera Internazionale Dada al Kunstsalon Dr. Otto Burchard, Berlino, giugno 1920

colarizzazione politica della pratica artistica.

La maggior parte del gruppo dadaista berlinese si legò alla sinistra, identificandosi agli intenti del Partito comunista al potere nei casi di Heartfield e Grosz, da diventare membri del partito quando venne fondato in Germania nel 1919. Sotto questa prospettiva è importante riconoscere che il Dadaismo berlinese fu un progetto di avanguardia esplicitamente politicizzata fino ad allora sconosciuto nel contesto tedesco. Comunque questo asse del progetto va da una critica dei concetti borghesi di arte alta a un modello di propaganda attivista, dall'assunzione di esempi francesi alle pratiche protodadaiste – come quelle di Duchamp e Picabia – allo sviluppo sistematico delle tecniche del montaggio, intese a sfruttare il crescente potere della cultura di massa dell'industria culturale pubblica di Weimar.

La simultaneità di oggetti, immagini e superfici dei primitivisti di Heartfield e Grosz a partire dal 1918 (andati distrutti) fu un chiaro precursore nel Cubismo, ma questo primissimo fotomontaggio berlinese è esplicitamente concepito come derisione del precario processo estetico e apolitico del Cubismo al potere emergente dell'immaginario di massa. Nel 1919, immediatamente dopo

● 1909, 1915, 1921 ● 1908

● 1914, 1916b, 1918, 1919



3 - Raoul Hausmann, *Testa meccanica (Lo Spirito del Tempo)*, 1920 ca.  
Legno, cuoio, alluminio e ottone, 32,5 x 21 x 20 cm

parodia del collage di Picasso, Heartfield, Hausmann, Höch e Grosz – insieme e collaborando – svilupparono i loro primi progetti di fotomontaggio [4].

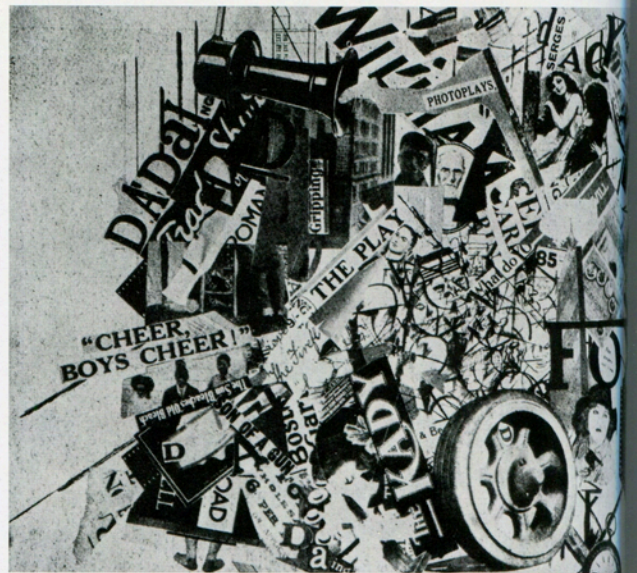
Essi erano paralleli allo sviluppo simultaneo del fotomontaggio nell'Unione Sovietica da parte di Gustav Klutsis e Aleksandr Rodčenko. Benché entrambi i gruppi rivendicassero l'invenzione del medium, il fotomontaggio in realtà era nato negli anni Novanta dell'Ottocento come tecnica pubblicitaria. Del resto, nel loro primo testo sul montaggio, Hausmann e Höch si riferiscono ai modelli popolari di combinazione e trasformazione delle immagini come loro fonti di ispirazione e indicano le cartoline che i soldati spedivano a casa dal fronte quali esempi da cui avevano preso spunto.

Una delle opere chiave del 1919 è *Taglio con coltello da cucina* di Höch [2]: l'intera gamma di ambiguità tecniche e strategiche che formano il fotomontaggio è in evidenza. Da una resa narrativa ironica a un dispiegamento puramente strutturale del materiale testuale, tutte le possibilità diventano nell'opera di Höch gli assi di un'operazione dialettica all'interno del fotomontaggio stesso. In *Taglio con coltello da cucina* la narrazione iconica consiste in un inventario dettagliato delle figure chiave del mondo pubblico della Repubblica di Weimar. Esse vanno da figure politiche come

1921, 1935

Friedrich Ebert, il Presidente socialdemocratico responsabile dell'assassinio dei membri dello Spartakist Bund, in particolare Rosa Luxemburg (1870-1919) e Karl Liebknecht (1871-1919) – insieme al suo Ministro degli Interni Gustav Noske (che compare anche in un fotomontaggio posteriore di Heartfield), a figure del mondo della cultura come Albert Einstein, Käthe Kollwitz (1867-1945) e il ballerino Niddy Impekoven, tutte disseminate sulla superficie dell'opera secondo il principio di distribuzione non gerarchica, non compositiva e aleatoria, mescolati a una varietà di frammenti testuali che spesso invocano le sillabe senza senso "da". Secondo Huelsenbeck "dada" fu trovato inserendo un cubo nelle pagine di un dizionario; anche altre storie sull'origine del termine "dada" sono state raccontate, per esempio dai dadaisti.

Cabaret Voltaire.  
Ma, nel contesto della Repubblica di Weimar o in quello dell'Unione Sovietica, ciò che lega Heartfield, Grosz, Höch e Hausmann da un lato e Rodčenko e Klutsis dall'altro, è prima di tutto la scoperta del ruolo della fotografia nel mondo visivo come risultato della crescente diffusione di immagini fotografiche nella cultura di massa. In secondo luogo, entrambi i gruppi condanno una produzione non semantica di significato intesa a disgregare l'omogeneità visiva e testuale, a enfatizzare la materialità significante al di là della presunta leggibilità universale dei significati sia testuali che iconici, e a sottolineare la rottura e la discontinuità delle forme temporali e spaziali dell'esperienza. L'impetuoso critico di questo attacco alogico alla struttura stessa della leggibilità era l'intenzione di smantellare le rappresentazioni mitiche mosse dalla produzione di massa di pubblicità e immaginario della merce. Infine il fotomontaggio rappresenta il desiderio concreto di costruire un nuovo tipo di oggetto d'arte, effimero, che pretende né una forza innata né un valore transstorico, che si colloca invece in una prospettiva di intervento e di rottura. Qui definisce la dimensione politica della decisione dei praticanti.



4 - Georg Grosz e John Heartfield, *Vita e attività nella città universale* alle 12, 1919. Fotomontaggio, dimensioni sconosciute

1916a

fotomontaggio di realizzare arte con il medium stesso della cultura di massa invece che al di fuori o in opposizione ad esso, come nel caso della pretesa dell'arte astratta di ritirarsi nei valori specifici del medium pittorico o scultoreo. Queste le strategie che collegano le attività dei membri di entrambi i gruppi intorno al 1919.

### Dal fotomontaggio alle nuove narrazioni

Il fotomontaggio sviluppò nella Germania di Weimar una gamma di opzioni che portò i suoi autori in direzioni diverse. Nel caso di Hausmann l'enfasi fu sempre più testuale, con il segno verbale smontato in frammenti grafici e fonetici [5], mentre nell'opera di Höch la centralità dell'immagine fotografica sostituisce le frammentazioni strutturali che caratterizzano la disgiunzione degli elementi testuali, a vantaggio di un tipo di fotomontaggio sempre più omogeneo, in cui solo due o tre frammenti vengono usati a formare figure enigmatiche.

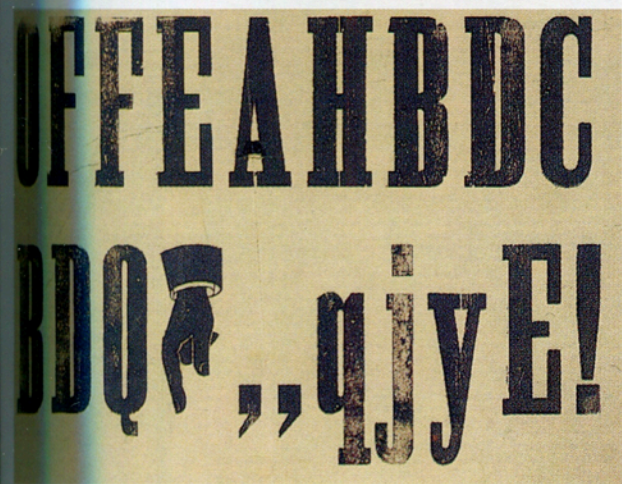
John Heartfield, un terzo membro dell'originario gruppo dadaista berlinese, abbandonò presto quella che criticò come la dimensione "avanguardista" del modello estetizzante del fotomontaggio, il cui carattere di non senso rifiutò a favore di un nuovo tipo di fotomontaggio di intervento comunicativo. In questa nuova forma il fotomontaggio voleva raggiungere la parte dell'emergente classe operaia che la Sinistra sperava che sarebbe diventata la sfera pubblica proletaria. A questo pubblico era rivolta una strategia in cui tutte le tecniche del primo montaggio vengono rovesciate: la disgiunzione è sostituita dalla narrazione; la discontinuità delle parti, delle superfici e dei materiali è sostituita da un'omogeneità costruita artificialmente, risultato delle accurate tecniche aerografiche di Heartfield; le forme estreme di frammentazione del linguaggio che isolavano il grafema o il fonema vengono abbandonate a favore dell'inserimento di didascalie con la funzione di costruire un'informazione che abbia una forma dialettica. Questo tipo di commento, che agisce attraverso inattese giustapposizioni di tipi diversi di informazione storica e politica, è simile a quello

che Bertolt Brecht sviluppò in seguito nella sua tecnica di montaggio teatrale che, come l'opera di Heartfield, voleva essere un'iniziazione alla dialettica.

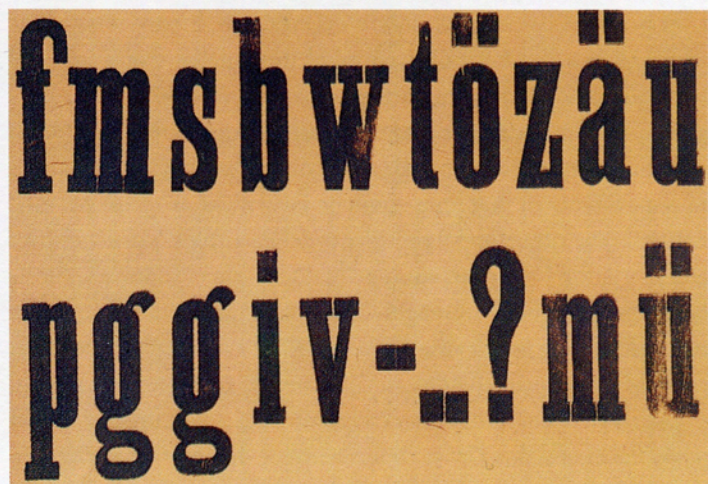
L'opera di Heartfield criticò implicitamente anche il primo fotomontaggio berlinese per essere sfociato alla fine in un insieme di oggetti che possedevano lo statuto di opere d'arte tradizionali come qualsiasi altra opera individuale su carta o su tela. Il tentativo di Heartfield di creare un'opera nell'emergente sfera pubblica proletaria intendeva invece cambiare propriamente la forma di diffusione del fotomontaggio, facendone il veicolo di un medium stampato e dunque uno strumento di cultura di massa.

Il momento più importante del percorso di Heartfield fu l'incontro con Willi Münzenberg, che lo assunse come grafico dell'*Arbeiter Illustrierte Zeitung*, l'organo del Partito comunista fondato in opposizione alla stampa illustrata vecchio stile. L'AIZ, come venne chiamato, voleva in particolare sfidare il *Berliner Illustrierte Zeitung*, che aveva una circolazione di centinaia di migliaia di copie e poteva legittimamente essere definito uno dei primi esempi di mass-media, che fece da modello a riviste come *Life* o *Paris Match*. L'AIZ fu dunque concepito come strumento di contro-cultura di massa.

Fino alla sua partenza da Berlino dopo la salita al governo dei nazisti nel 1933, Heartfield realizzò la maggior parte delle proprie opere per AIZ, o per copertine di libri pubblicati dal fratello Weiland Herzfelde e la sua casa editrice Malik-Verlag. Un esempio tipico del suo spostamento dall'estetica del fotomontaggio dadaista berlinese rappresentato da Höch e Hausmann può essere *Il volto del fascismo*, per la copertina di *Italia in catene*, pubblicato nel 1928 dal Partito comunista. Benché giustapposizione, rottura e frammentazione siano in opera anche qui, sono realizzate secondo una nuova coerenza in grado di servire contemporaneamente a scopi diversi. La testa di Mussolini è fusa con il teschio che la penetra dall'interno e le vignette che la circondano fondono sulla parte destra immagini di vittime della violenza con quelle di dignitari del Papa della Chiesa cattolica e sulla parte sinistra capitali-



5 - Raoul Hausmann, *Off e Fmsbw*, 1918  
 Varianti di poesia fonetica, 32,5 x 47,5 cm



1920-1929



6 - John Heartfield, *Il significato del saluto di Hitler: il piccolo uomo chiede grandi regali. Motto: Milioni venite a me!*, 1932 Fotomontaggio, 38 x 27 cm

sti borghesi in cilindro con bande armate fasciste di strada. Questa tecnica di fusione era l'alternativa a quella che Heartfield criticava come costruzione di mere giustapposizioni senza senso che provocavano rottura e shock ma non comportavano un orientamento politico, né momenti di improvvisa rivelazione.

La fusione di opposti nell'opera di Heartfield nel 1928, cinque anni prima della presa di potere del nazismo, è particolarmente sorprendente perché indica come alcuni intellettuali erano del tutto consapevoli della minaccia crescente per le istituzioni borghesi e la politica democratica e del bisogno di sviluppare progetti culturali in strategie di opposizione e di resistenza. Questo è ancora più evidente in due immagini che Heartfield progettò per AIZ nel 1932, che ritraggono il presidente del Partito nazionalsocialista tedesco, Adolf Hitler, un anno prima della sua elezione a Cancelliere. In entrambe le immagini Hitler è rappresentato come una marionetta, una figura falsa e artificiale che esegue gli interessi del capitale. Nella prima, *Adolf, il Superuomo. Inghiottito oro e sputa stupidaggini*, il corpo di Hitler è visto ai raggi X con una svastica al posto del cuore, una Croce di ferro invece del fegato e la colonna vertebrale composta di monete d'oro, illustrando chiaramente l'idea politica che era la classe imprenditrice tedesca a finanziare il Partito nazista per scongiurare ed eventualmente liquidare la ri-

voluzione proletaria iniziata nel 1919 con la formazione del Partito comunista in territorio tedesco. La seconda immagine ha il significato del saluto di Hitler: il piccolo uomo chiede grandi regali. Motto: Milioni venite a me! [6], rende questo punto ancora più evidente, per cui Hitler è rappresentato come una figura in natura che sta davanti a un'enorme e anonima figura di "grassano" che passa un mazzo di banconote nella piccola mano alzata dell'ometto, producendo in tal modo un'ironica reinterpretazione del "saluto hitleriano". Estremamente semplificata, grottesca, e perciò tanto più sbalorditiva, questa forma di argomentazione intendeva chiarire i legami politici ed economici altrimenti inscrutabili che correvano tra i grandi affari e il capo del fascismo, visto come forza opposta e forma violenta di opposizione delle tendenze socialiste e comuniste nella Repubblica di Weimar. L'ipotesi che AIZ, la cui diffusione all'epoca era di 350.000 copie, avesse un effetto propagandistico si rivelò falsa, perché gran parte della classe operaia che aveva formalmente votato comunista avrebbe votato per il Partito nazista nel 1933, dando così il colpo fatale alle aspirazioni gauchiste della Repubblica di Weimar.

Non sorprenderà che Heartfield sia stato uno dei primi a essere ricercati dalla Gestapo dopo la salita al potere di Hitler. Nel 1933 partì per Praga, dove i suoi polemici sforzi didattici e propagandistici contro il regime di Hitler furono così grandi che Hitler venne presso il governo ceco per far chiudere le mostre di Heartfield a Praga.

#### Dalla semiosi alla comunicazione

Nell'evoluzione parallela del fotomontaggio nei contesti di Weimar e sovietico i cambiamenti che emersero intorno al 1925 cominciarono a trasformare le strategie iniziali. Le tecniche di shock e di distruzione del significato, di accentuazione autoreferenziale della dimensione grafica e fonetica del linguaggio attraverso l'enfasi sulla frammentazione vennero rilanciate ora all'interno del progetto radicale della creazione di una sfera pubblica proletaria. Se un progetto culturale chiave delle avanguardie dalla fine degli anni Venti fu la trasformazione del pubblico, esso richiese alla sua volta un ritorno alle forme di linguaggio e immagine in cui riconoscibilità visiva e la leggibilità sono al massimo. Il tipo di fotomontaggio che Heartfield e Klutsis produssero allora era incentrato sui valori di informazione e comunicazione. L'alogismo, lo shock e la rottura delle opere precedenti vennero scartati e sostituiti da scherzi troppo borghesi e avanguardisti; la loro posizione anticonformista era vista come un atto di pura opposizione alla sfera pubblica borghese e un modello di cultura già sorpassato. Il compito specifico ora assegnato al fotomontaggio fu non tanto la distruzione della pittura e della scultura, o della cultura come sfera separata e autonoma, ma di fornire al pubblico di massa immagini dirette che di informazione e politicizzazione.

Un esempio viene da una serie di fotomontaggi e manifesti che Klutsis realizzò tra il 1928 e il 1930 [7], in cui la metonimia di mano alzata è usata come emblema di partecipazione politica.

immagine chiave della rappresentazione reale delle masse nell'atto del voto. Sostituendo il corpo intero con una sua parte, la mano chiaramente "sta per" il soggetto che la alza, così come la singola mano, nei cui contorni si vede una moltitudine di altre mani simili "sta per" l'unità d'intenti prodotta da un singolo rappresentante che parla per un intero elettorato. Variazioni sull'immagine con diverse iscrizioni testuali vennero usate per scopi diversi: una per chiamare a partecipare alle elezioni dei soviet; un'altra per un appello alle donne a diventare attive con il loro voto. La metonimia della mano come segno di partecipazione fisica e politica nel processo collettivo è un esempio centrale di come la strategia iniziale del fotomontaggio di rottura e frammentazione sia stata trasformata nel tempo.

Heartfield e Klutskis diventarono dunque con il fotomontaggio i primi membri dell'avanguardia a invocare la propaganda come modello artistico. Quasi tutte le discussioni dell'arte del XX secolo hanno evitato questo termine, che era visto in diretta opposizione alla definizione modernista di opera d'arte. Propaganda implica manipolazione, politicizzazione e una strumentalità pura che annuncia la distruzione della soggettività. La pratica di Heartfield e Klutskis intervenne anche nelle istituzioni e nelle forme di distribu-

zione che erano precedentemente connesse a ciò che poteva essere chiamato arte. Per contrasto, essi tentarono la trasformazione di un'estetica dell'oggetto singolo in una interna alla diffusione di massa delle riviste stampate, e uno spostamento dallo spettatore privilegiato alle masse partecipative allora emergenti attraverso la rivoluzione industriale dell'Unione Sovietica o il cambiamento delle condizioni industriali nella Germania di Weimar. Furono queste aspirazioni a formare la struttura reale e il contesto storico in cui si sarebbe avviata la formazione di un'estetica della sfera pubblica proletaria. La propaganda come opposizione delle forme esistenti di propaganda della sempre più crescente cultura di massa, cioè della pubblicità, va chiaramente riconosciuta come progetto consapevole intrapreso dal Dadaismo e dalle avanguardie russe per abolire le contraddizioni mantenute dal modello avanguardista borghese di pura e astratta opposizione alle forme esistenti di cultura di massa.

ULTERIORI LETTURE:

Hanne Bergius, *Das Lachen Dadas*, Anabas Verlag, Giessen 1989

Hanne Bergius, *Montage und Metamechanik: Dada Berlin*, Gebrüder Mann Verlag, Berlin 2000

Brigid Doherty, *The Work of Art and the Problem of Politics in Berlin Dada*, in Leah Dickerman (a cura di), "Dada", numero speciale, *October*, n. 105, estate 2003

Brigid Doherty, *We are all Neurasthenics, or the Trauma of Dada Montage*, *Critical Inquiry*, vol. 24, n. 1, autunno 1997



1 - Gustav Klutskis, *Realizziamo il piano dei grandi progetti*, 1930

Manifesto litografato, dimensioni sconosciute