

“Un congegno che capta ogni cosa”. Susan Sontag e i limiti dell’immaginario fotografico

Authors Daniele Garritano

daniele.garritano@unical.it

Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali | Università della Calabria

Abstract *“A device that captures it all”. Susan Sontag and the limits of photographic imaginary.* Sontag’s collection of essays *On Photography* (1977) identifies the photographic gaze as a way of experiencing and defining reality through a controversial mix of fragmentation and desire of totalization, which is typical of capitalistic societies. Different visual languages of the global modernity show that our perception of reality is constructed by giving us an immense amount of visual experience. If post-Fordist culture has reinforced an addictive attitude towards the production-consumption of images, we can nonetheless recognize and empower our capability to assign them unforeseen meanings, for instance through processes of cognitive estrangement. The final part of this article compares Sontag’s perspective on the photographic construction of reality to Mark Fisher’s notion of “capitalist realism”. By doing this, I explore the possibility of a critical kind of photographic conscience, based on the weird effects of experiencing reality through the filter of a camera, which is particularly evident in Diane Arbus’ body of works.

Keywords Photography | Modernity | Constructivism | Capitalist realism | Cognitive estrangement



www.imagojournal.it





Nel saggio intitolato "Nella grotta di Platone", il primo della raccolta *Sulla fotografia* (1977), Susan Sontag formula alcune questioni che riguardano la rivoluzione percettiva avviata dalla cultura fotografica nelle società del capitalismo avanzato. Come di consueto, la forma del suo pensiero è forgiata con uno stile tagliente, affilato sulle pietre del pensiero moderno. Potrebbe essere sufficiente partire dal titolo, con il riferimento al "mito della caverna", per rintracciare il filo che si dipana nel corso delle venti pagine del saggio. La grotta, il riparo scavato nella roccia, è la prigione in cui gli esseri umani non sanno di trovarsi; ma è anche il "teatro delle ombre" in cui gli stessi prigionieri si intrattengono osservando le figure proiettate sul fondo della caverna. È nota l'avversione metafisica di Platone per le immagini che, influenzando la conoscenza del mondo, si sostituiscono all'intuizione dei veri rapporti che sostengono la realtà. Nella prospettiva della saggista americana è questa la "scena primaria", l'*Urszene* in cui ha avuto luogo - in un passato non del tutto reale presentato dal racconto mitico - l'evento fondamentale che segna il destino dell'immagine nel mondo occidentale. Restiamo alla vicenda della grotta: qualcuno si volta indietro, verso la bocca della caverna, e vede ciò che non doveva vedere. La scoperta dell'escamotage tecnico che rende possibile lo spettacolo indica, ovviamente, la via d'uscita dalla prigione. Ma è anche la fine dell'incantamento? Bisogna partire da questa preistoria - suggerisce Sontag - per misurare l'impatto percettivo della fotografia sulla società e sulla cultura moderne. Il nodo si deve stringere intorno al rapporto fra gli usi della fotografia e la conoscenza del mondo, che potremmo iniziare a riassumere in due mosse: cosa apprendiamo dalle immagini fotografiche? Che qualità possono conferire alla nostra conoscenza del mondo?

1. La rivoluzione fotografica

Marx rimproverava alla filosofia di limitarsi a cercar di capire il mondo, anziché sforzarsi di cambiarlo. I fotografi, che agiscono nell'ambito della sensibilità surrealista, suggeriscono quanto sia vano cercar di capire il mondo e propongono invece di collezionarlo.

Susan Sontag (1977)

1.1 Modernità e soglie percettive

È evidente che, a partire dalla metà del XIX secolo, l'affermarsi della percezione fotografica del mondo ha rappresentato un punto di svolta nel senso comune e nell'immaginario delle società capitalistiche: "l'inventario è cominciato nel 1839 e da



allora è stato fotografato quasi tutto, o almeno così pare" (Sontag, 1977: 3). Parliamo del periodo delle prime Esposizioni Universali: gli anni in cui vissero Fox Talbot, Daguerre e gli altri inventori delle prime tecniche fotografiche. Il genio prometeico di Félix Nadar iniziava a impossessarsi dell'arte del ritratto, portandola dall'atelier del pittore a quello del fotografo. In questo lasso di tempo, non più di cinquant'anni, si compie in termini visuali il passaggio dal premoderno al moderno: il guscio dell'educazione tradizionale, basata sul rapporto soggettivo con immagini artigianali (dipinte, disegnate, incise), inizia a incrinarsi per effetto di nuove stimolazioni percettive che "alterano e ampliano le nostre nozioni di ciò che vale la pena guardare e di ciò che abbiamo il diritto di osservare" (Sontag, 1977: 3). Da qui in poi - sembra scontato ammetterlo - i nostri atteggiamenti estetici e strumentali rispetto alle immagini non saranno più gli stessi; meno scontato, invece, è sottolineare come l'impatto della fotografia abbia influenzato i modi di vivere e di sentire. Con qualche azzardo, potremmo collocare idealmente nel 1888 il punto di maturazione di questa rivoluzione percettiva, con l'immissione sul mercato della prima compatta Kodak. La sua leggendaria campagna pubblicitaria, ideata dal fondatore George Eastman, mostra il disegno di un apparecchio leggero e maneggevole. C'è uno slogan che ruba letteralmente la scena, accompagnando l'ingresso di questa macchina nella vita quotidiana del secolo a venire: *You press the button, we do the rest* (premete il pulsante, noi facciamo il resto).

Si apre la stagione della ritualità fotografica di massa, o della fotografia come "arte media", per usare l'espressione coniata dal giovane Pierre Bourdieu nel *Saggio sugli usi sociali della fotografia* (1965) - un'indagine commissionata da Kodak-Pathé presso l'*École Pratique des Hautes Études*. È questa l'epoca degli album di famiglia, delle cronache illustrate, dei corredi portatili realizzati da utenti che sono al tempo stesso artefici e consumatori del prodotto fotografico di massa (potremmo definirli *prosumers*, seguendo la lezione futurologica di Alvin Toffler). In breve tempo la fotografia entra nella vita quotidiana di molte persone. E in fondo, come sottolinea Marcello Walter Bruno (2018) in una recente rilettura dei due saggi di Bourdieu, "la distinzione tra fotografia professionale (da commissionare all'esterno) e fotografia amatoriale (prodotta autarchicamente senza problemi estetici che non siano quelli di un realismo referenzialista) non è altro che la distinzione tra le occasioni ufficiali (classicamente il matrimonio) e i momenti più privati (anche di carattere festivo, come i viaggi)".

Restando alle origini della rivoluzione, un altro esempio illustra l'avvento epocale dell'immaginario fotografico novecentesco nella sua dimensione più quotidiana e, insieme, un cambiamento nei modi di vivere e di sentire. Il momento delle vacanze, in cui s'interrompe la routine lavorativa in termini spazio-temporali, rappresenta la cornice ideale per sperimentare un altro tipo di attività, possibile grazie alle nuove apparecchiature più leggere e semplici da usare. Allora "viaggiare diventa [...] una strategia per accumulare fotografie" (Sontag, 1977: 9). L'aspetto della ritualità sociale incontra in questo caso l'esigenza di difendersi da una forma di spaesamento: l'angoscia del disorientamento, il trovarsi in un luogo sconosciuto eppure parzialmente



noto attraverso le sue infinite riproduzioni; l'essere fuori dai rapporti di manipolazione del proprio mondo quotidiano. Questi fenomeni possono rappresentare forme di disagio placate da una "simpatica imitazione del lavoro" (Sontag, 1977: 10). Potremmo riformulare la questione in questi termini: la fotografia mette in atto una dinamica di appropriazione dell'alterità, una forma *prêt-à-porter* di addomesticamento dell'esperienza, che richiede il minimo sforzo e promette ai suoi utenti-consumatori di accumulare archivi di ricordi visivi personalizzati.

Quasi tutti i turisti si sentono costretti a mettere la macchina fotografica tra se stessi e tutto ciò che di notevole incontrano. Malsicuri delle altre reazioni, fanno una fotografia. Questo dà una forma all'esperienza: ci si ferma, si scatta una foto, si riprende il cammino. È un metodo che garba soprattutto ai popoli andicappati da una spietata etica del lavoro, come i tedeschi, i giapponesi e gli americani (Sontag 1977: 9).

L'esperienza percettiva che si forma con la mediazione dei dispositivi fotografici ha influito sui modi di abitare lo spazio della città, di vederne gli oggetti e di interpretarne i significati. Nell'arco di pochi decenni, la fotografia si afferma come lo strumento principale per conoscere il mondo (ciò che è distante, inaccessibile all'esperienza diretta: l'esotico; ma anche ciò che sfugge, pur essendo alla portata dei nostri sensi: l'ovvio). Filtrando alcune caratteristiche visive, l'apparecchio fotografico trasforma la realtà in un oggetto mentale da incamerare in un archivio portatile. Queste pratiche visuali, tipiche delle società industriali avanzate, traducono una tendenza fondamentale dell'immaginario culturale capitalista: avere il mondo a portata di mano.

1.2 Il *sex appeal* dell'automatico

All'interno di questa dinamica, l'atto di scattare una foto assume anche un valore simbolico che può rinviare all'appropriazione, all'aggressione, alla cattura, al possesso immaginario del passato e di luoghi lontani. D'altra parte, il rapporto con l'apparecchio fotografico, in quanto medium di esperienze soggettive, rinvia inevitabilmente all'impatto degli automatismi tecnici sulla vita quotidiana delle società industriali (cfr. Tramontana, 2019). È un fenomeno evidente nel lavoro e nel tempo libero, per il produttore così come per il fruitore dell'esperienza estetica, come aveva già evidenziato Walter Benjamin in molti dei suoi saggi degli anni Trenta. Non occorre entrare nel dettaglio di questi documenti. Basterà evocare in poche battute la cornice interpretativa che ha influenzato maggiormente la scrittrice newyorchese, sottolineando che la capacità stessa di fare esperienza, conservarla e trasmetterla, non può resistere ai mutamenti percettivi che il capitalismo industriale ha impresso sui modi di vivere.

Quando Sontag si riferisce alla "spietata etica del lavoro" come spirito-guida del desiderio fotografico, non fa che aggiornare l'idea benjaminiana della crisi dell'esperienza nella modernità industriale. L'incremento della produzione e del consumo di fotografie rappresenta un capitolo essenziale nella storia dell'esperienza



visiva moderna: uno spostamento dell'asse percettivo, spinto anche dalla seduzione tecnica del medium, verso la costruzione di un nuovo orizzonte di valori estetici. L'impatto della macchina fotografica sull'assiologia del visivo dovrebbe essere paragonato alla rivoluzione compiuta dai sistemi di illuminazione elettrica delle strade, nella vita delle grandi città del XIX secolo (Benjamin, 1982: 630). Con l'avvento della luce elettrica i *Passages* parigini "divennero difficili da trovare" e iniziarono a esercitare la "magia nera delle porte, come se da cieche finestre guardassero dentro di sé". Queste gallerie commerciali - allegorie di una modernità divenuta presto desueta - furono paragonate a "grotte fatate", illuminate dal "canto di sirena delle luci a gas" o da "odalische in forma di lampade a olio" (Benjamin, 1982: 632). Nella descrizione di questa transizione sensoriale si può leggere un esempio lampante del "sex appeal dell'inorganico", ossia del potere seduttivo emanato dalle merci nei luoghi di culto del consumo. La forza d'attrazione di questa sensualità neutrale agisce sull'esperienza quotidiana dell'individuo moderno, indirizzandone il desiderio verso "un mondo in cui sono abolite le distinzioni tra oggetto tecnico e corpo vivente, tra natura inorganica e conglomerato urbano" (Perniola, 1994: 105). L'orizzonte percettivo della modernità assorbe e metabolizza nuove energie provenienti dalla stimolazione tecnica, producendo un moto circolare che coinvolge i modi di vivere e di sentire (di scrivere, leggere, vedere, ascoltare, gustare, desiderare), che a loro volta influenzano la ricerca e il perfezionamento di nuovi oggetti. La produzione e il consumo, il lavoro e il tempo libero, la sfera privata e quella pubblica rispondono reciprocamente a questo moto rivoluzionario, rendendo meno netto il significato delle loro rispettive opposizioni.

Tornando al saggio di Sontag, occorre sottolineare che, nell'esperienza visiva di un'umanità sempre più stimolata da cicli di produzione e consumo, rispetto ai quali le immagini rappresentano al tempo stesso il carburante e l'esito, cambia soprattutto la disposizione mentale del produttore-consumatore. "Le società industriali trasformano i loro cittadini in drogati di immagini" (Sontag, 1977: 23). Il *prosumer* fotografico sente, con un'urgenza sempre più pressante, "il bisogno di veder confermata la realtà e intensificata l'esperienza mediante le fotografie" (Sontag, 1977: 23). Se la fotografia diventa il modo principale di entrare in contatto con la realtà (attraverso l'informazione, la catalogazione burocratica, la documentazione storica, l'archiviazione di memorie affettive, la collezione di fantasie erotiche), allora non sarebbe sbagliato parlare di "persone che soffrono di *coazione* alla fotografia" (Sontag, 1977: 23). Descrivendo i tratti di un atteggiamento per molti versi tossico, Sontag riprende alcuni elementi comuni alla critica del capitalismo di consumo, declinandoli in chiave estetica e psicosociale: per spiegare l'impatto della fotografia sulla costruzione della realtà, bisogna comprendere le dinamiche d'intrattenimento e di dipendenza che questo fenomeno comporta. L'utilità delle sue analisi può essere localizzata nella capacità di sondare l'ambivalenza di un processo conoscitivo che, promettendo di renderci accessibile tutto ciò che è visibile, in realtà ci interroga profondamente sui limiti del nostro linguaggio visivo e del nostro mondo. "Questa è la superficie. Pensa adesso - o



meglio intuisce - che cosa c'è di là da essa, che cosa deve essere la realtà se questo è il suo aspetto" (Sontag, 1977: 22).

2. La costruzione fotografica della realtà

La realtà è sempre stata letta attraverso i rapporti che ne forniscono le immagini; e, da Platone in poi, i filosofi hanno cercato di alleviare questa nostra dipendenza dalle immagini evocando il modello di una maniera di comprendere il reale indipendente dalle immagini stesse.

Susan Sontag (1977)

2.1 Il potere delle immagini

Il passo in esergo è l'incipit dell'ultimo saggio di *Sulla fotografia* ("Il mondo dell'immagine"), in cui Sontag stringe il nodo intorno alle contraddizioni poste dallo sguardo fotografico nella sua aspirazione a penetrare ogni angolo della realtà. Come si può desumere dagli elementi già discussi nella prima parte, la differenza macroscopica fra società premoderne e moderne dovrebbe essere ricondotta a una diversa capacità di produrre e consumare immagini. In altri termini, l'indispensabilità che la cultura moderna ha accordato alla fotografia, attraverso la ripetizione quotidiana e le infinite variazioni dei suoi usi comunicativi, contribuisce in modo essenziale alla definizione di ciò che nella modernità è percepito come reale.

Fra i difensori moderni di una conoscenza liberata dal potere delle immagini, il primo autore cui Sontag fa riferimento è Ludwig Feuerbach. La frase in questione, ripresa già da Guy Debord nell'epigrafe a *La società dello spettacolo* (1967), riguarda l'autorità dell'immagine nel funzionamento del principio di realtà: "la nostra epoca preferisce l'immagine alla cosa, la copia all'originale, la rappresentazione alla realtà, l'apparenza all'essenza" (cfr. Sontag, 1977: 130). È lecito domandarsi se sia possibile leggere il monito del filosofo tedesco come una versione materialista dell'antica furia iconoclasta contro l'illusione dell'immagine-copia. Il topos del mondo sottosopra corrisponde in Feuerbach al nucleo della sua critica della religione: una critica della proiezione, in difesa della cosa-originale. Rispetto al mito della caverna, cambierebbe soltanto il contrappeso da opporre al potere incantatore delle immagini: la luce originaria non verrebbe dal mondo delle idee, ma dai bisogni materiali e dalla sensibilità corporea. Esiste tuttavia un'altra possibilità, già in parte emersa nel primo saggio, che attira Sontag verso una critica più sottile rispetto al traffico di immagini tipico del capitalismo contemporaneo. Questa strada parte dall'intuizione che vi sia, nello sguardo e nella cultura fotografica, qualcosa di irriducibile al passato: una differenza qualitativa che permette, se non di superare, almeno di formulare in termini diversi la questione della (ri)produzione della realtà attraverso le immagini. In questo



caso, ci sarebbe da fare un passo oltre il materialismo e la metafisica, per immergere lo sguardo nella storia delle pratiche visive e rivalutare la funzione ambivalente – strutturante e destrutturante – delle immagini fotografiche.

Per comprendere il legame fra gli usi della fotografia e la costruzione della realtà, la scrittrice newyorchese parte da un'altra idea di matrice benjaminiana, secondo cui la cultura capitalista funziona come una religione secolarizzata. Il riferimento che fornisce l'indizio più prezioso sui cambiamenti epocali nella comprensione del rapporto fra immagini e cose reali proviene dall'opera di uno storico dell'arte rinascimentale. La lettura di Ernst Gombrich, leggendario direttore del *Warburg Institute*, ha permesso a Sontag di notare che "nelle società primitive la cosa e la sua immagine erano soltanto due manifestazioni differenti, cioè fisicamente distinte, della medesima energia o del medesimo spirito" (Sontag, 1977: 133). Nel 1938 il giovane Gombrich firmava insieme a Ernst Kris – influente storico dell'arte con profonde competenze psicoanalitiche, amico di Freud e direttore della rivista *Imago* – uno studio transdisciplinare sulla caricatura, che fornisce un elemento essenziale alla discussione degli argomenti selezionati da Sontag:

L'esperienza clinica ci insegna che l'immagine visiva svolge realmente una parte diversa da quella della parola nella nostra psiche. *Essa ha radici più profonde, è più primitiva.* Il sogno traduce la parola in immagine; in stati di intensa emozione, l'immagine può imporsi alla psiche come percezione allucinatoria. Non è quindi sorprendente che la credenza in uno speciale potere dell'immagine visiva sia particolarmente radicata (Kris, 1967: 137, corsivi miei).

La forza primitiva dell'immagine consiste nel far credere di essere direttamente connessa alla cosa rappresentata, rispetto alla quale esprimerebbe solo un grado inferiore di purezza. Un esempio concreto di questo lavoro sulle condizioni della rappresentazione pittorica si trova in un saggio più maturo di Gombrich, intitolato *A cavallo di un manico di scopa*, che prende (freudianamente) le mosse dall'osservazione di un gioco d'infanzia. L'esempio riguarda la contestazione del principio di somiglianza operante nell'idea di rappresentazione: il bambino che cavalca un manico di scopa sostituisce l'oggetto quotidiano all'animale sulla base di uno schema operativo, comportandosi come se l'uno fosse *effettivamente* l'altro. Allo stesso modo, le immagini sono "chiavi capaci, per puro caso, di aprire certe serrature biologiche o psicologiche, altrimenti detto, sono falsi gettoni – capaci, tuttavia, di far funzionare il meccanismo se introdotti al posto dei gettoni veri" (Gombrich, 1963: 8). La funzione percettiva delle immagini sacre e delle caricature non è dunque l'imitazione, ma la sostituzione che attiva nel cervello dello spettatore gli stessi processi percettivi e psicologici prodotti dal soggetto originale.

L'originalità della fotografia è che, proprio in quel momento della lunga e sempre più laica storia della pittura, quando il laicismo aveva definitivamente trionfato, essa resuscitò – *in termini del tutto laici* – qualcosa che assomigliava alla condizione primitiva delle immagini (Sontag, 1977: 133, corsivi miei).

Ecco dunque l'ipotesi che Sontag decide di mettere alla prova: lo sguardo fotografico si sarebbe innestato su una consuetudine percettiva radicata negli strati più profondi della coscienza. Avrebbe cioè ritradotto in termini "del tutto laici" - legati a specifiche condizioni di vita, attività sociali ed economiche, valori e credenze - una forza "che assomigliava alla condizione primitiva delle immagini" (Sontag, 1977: 133), cioè l'identificazione sostitutiva fra l'immagine e la realtà dell'oggetto raffigurato. Nelle società industriali avanzate, l'autorità del mondo reale è raggiunta attraverso il consumo di "falsi-gettoni" che sostituiscono ciò di cui non si può avere percezione diretta. Questa lettura della rivoluzione fotografica rafforza l'idea che il capitalismo si manifesti con i tratti di una religione "puramente culturale, la più estrema forse che mai si sia data" (cfr. Benjamin, 1921).



Figura 1 – Life Magazine, 12 giugno 1937

"Un evento diventa reale - agli occhi di chi è altrove e lo segue in quanto 'notizia' - perché viene fotografato" (Sontag 2003: 18). Questa riflessione di *Davanti al dolore degli altri* rilancia il ragionamento impostato, quasi trent'anni prima, in *Sulla fotografia*. Se ci si interroga sul modo in cui le immagini influenzano la percezione della realtà nelle società contemporanee, non si può sorvolare sul valore documentario del fotogiornalismo. L'esempio migliore si trova in un documento fondamentale nella storia della fotografia: l'immagine che cattura il miliziano anarchico della guerra civile



spagnola, nello scatto di Robert Capa pubblicato per la prima volta sulla rivista *Vu* il 23 settembre 1936, poi ripreso su *Life* il 12 luglio 1937 (fig. 1).

Si tratta dell'immagine che rappresenta la nascita del fotogiornalismo, l'inizio di un nuovo modo di documentare gli eventi di guerra attraverso la copertura a mezzo stampa. Si è molto dibattuto sulla *costruzione* di questa fotografia: coglie davvero l'uomo nell'istante in cui viene colpito dal proiettile? Mostra ciò che dice di mostrare (il momento reale della sua morte), oppure si tratta di una montatura (una messinscena in cui un uomo avrebbe recitato la parte del miliziano morente)? Come afferma il fotografo Ferdinando Scianna (2013), una prova definitiva e inconfutabile - "la cosiddetta pistola fumante" - non esiste o non è stata ancora trovata; però sappiamo come Robert Capa ha vissuto quei giorni del settembre 1936, "in trincea, con circa 20 *milicianos* e quei 20 *milicianos* avevano 20 vecchi fucili e dall'altra parte della collina, di fronte a noi, c'era la mitragliatrice di Franco".

Il primo insegnamento che si può trarre da questo esempio è che il valore di una fotografia resta sospeso tra la registrazione obiettiva e la testimonianza personale. L'immagine può colpire lo spettatore per il suo contenuto di informazione, per le qualità estetiche, per lo shock prodotto dalla visione di un corpo straziato, ma in ogni caso la comunicazione visiva ha bisogno della cooperazione interpretativa dello spettatore che è chiamato costruire un significato a partire da ciò che l'immagine mostra, evoca o sottrae ai suoi occhi. Infatti, nota Sontag (2003: 11), "le fotografie di un'atrocità possono suscitare reazioni opposte". È innegabile che il linguaggio visivo del fotogiornalismo tenda ad oggettivare la realtà, a fornire prove di eventi e contenuti informativi; ma di fatto ciò che può offrire è soprattutto una testimonianza: "nei documenti fotografici di un'atrocità si vuole tutto il peso della testimonianza senza la macchia dell'artisticità, che viene equiparata all'insincerità o a un vero e proprio inganno" (Sontag 2003: 22). Questo può spiegare, almeno in parte, la lunga polemica sullo scatto di Capa. Ma per un altro verso, può essere interessante comparare questo documento a un linguaggio visivo diverso, tipico del capitalismo di consumo. L'inserzione pubblicitaria della brillantina Vitalis, impaginata dalla rivista *Life* accanto alla foto del miliziano, mostra un uomo della *middle class* vestito di bianco, nell'atto di impugnare una racchetta da tennis, con un gesto perfettamente simmetrico rispetto quello del miliziano. Nella comunicazione pubblicitaria l'immagine si offre come un "falso gettone" che non rappresenta una realtà inaccessibile allo spettatore. Piuttosto costruisce fotograficamente una realtà estetizzata, dichiaratamente finta ma efficace nell'innescare, per l'uomo che sfoglia la rivista, una seduzione legata alla proiezione di un'immagine di sé. Una realtà costruita per il desiderio, pronta per il consumo.

Il passaggio dal premoderno al moderno dev'essere inteso come una *risignificazione* del rapporto primitivo di sostituzione fra l'immagine artigianale e la cosa rappresentata. Se riflettiamo sul potere dell'immagine fotografica, non possiamo che intendere la percezione della realtà come qualcosa di costruito o ricostruito simbolicamente. Essa è l'esito di una negoziazione ermeneutica fra gli schemi di realtà che abbiamo acquisito - sulla base di definizioni operative condivise, tradizioni, processi educativi, senso



comune e disposizioni personali - e l'infinita varietà di stimoli e linguaggi visivi che ci colpiscono ogni giorno. In questa dialettica ha certamente un ruolo la secolarizzazione del mondo capitalista, ossia una certa idea di progresso tecnico come orizzonte d'attesa largamente condiviso: una cornice entro cui è possibile elaborare il senso della realtà a partire da una maggiore disponibilità di elementi visivi. Dall'altro lato, nello stesso orizzonte riconosciamo una tendenza a trasformare l'esperienza - anche la sofferenza provata dagli altri - in uno spettacolo da consumare, che richiede allo spettatore di assumere diverse modalità di ricezione, giocando sul suo coinvolgimento emotivo: "disegnano *sensibilità* comuni sulle quali possono basarsi accordi preriflessivi [...] tra persone che riconoscono se non gli stessi valori etici, almeno una comunità di relazioni" (Boltanski, 1993: 87). E di fatto, come ha sottolineato il critico inglese John Berger, "lo strumento usato per questo scopo - fino a che l'atto non è diventato talmente abituale che l'immaginazione condizionata poté compierlo da sé - è la macchina fotografica" (Berger, 1980: 55, trad. mia).

2.2 *L'esperienza fotografica del mondo: acquisizione e accumulazione*

Si parla di "acquisizione fotografica" della realtà quando la macchina si afferma come il principale dispositivo di esplorazione e duplicazione del mondo, mentre l'immagine fotografica diventa il suo principale strumento di catalogazione mentale. Tutti i saggi di *Sulla fotografia* rendono conto di questo fenomeno, ma "Il mondo dell'immagine" rappresenta il tentativo più efficace di far presa sull'immaginario fotografico del capitalismo di consumo. In estrema sintesi, se l'esperienza fotografica è diventata nell'ultimo secolo e mezzo un vettore indispensabile per i processi di costruzione del senso comune, ciò è avvenuto nel contesto secolarizzato della religione culturale capitalista. Lo sfruttamento delle risorse percettive, basato sull'idea di estrarre profitto dall'economia dell'attenzione e di governare i consumi tramite una politica del desiderio, si è compiuto attraverso un'educazione visiva basata sul consumo assuefativo di flussi di immagini. Il denominatore comune di questo processo, al di là delle distinzioni fra tipi e cicli di metabolismo fotografico, è l'influenza esercitata dalle immagini sulle dinamiche di riconoscimento della realtà. Da un punto di vista puramente percettivo, l'immagine funziona come "mezzo pratico di pensiero, strumento per riunire in gruppi gli oggetti", secondo la definizione data dal formalista Viktor Šklovski (1917: 78) nel suo celebre saggio sullo straniamento. Impariamo a percepire la realtà per mezzo di associazioni di immagini, interpretandola e costruendo reti di significati attraverso parallelismi, comparazioni, ripetizioni, simmetrie ed iperboli che definiscono i rapporti di senso fra gli oggetti che abbiamo imparato a riconoscere. Si tratta di rapporti consolidati da abitudini percettive condivise, apprese dai soggetti come modelli culturali di riferimento, ma in nessun caso si può parlare di rapporti immutabili o acquisiti per sempre.

Nell'epoca del capitalismo globale e iperconnesso (*One World*), "la stessa idea che ci facciamo del mondo [...] è come una visione fotografica dall'alto" (Sontag, 1977: 150)



ispirata all'immagine della Terra vista dalla Luna, catturata nel 1966 dal satellite americano *Lunar Orbiter I* (fig.2). In tal senso, la globalizzazione stessa può essere letta come "un processo *intimamente* visivo e rappresentativo" (Vegetti, 2017: 94). D'altra parte, a proposito di *Blue Marble* - l'altra fotografia-manifesto del pianeta, catturata dall'equipaggio della missione Apollo 17 (1972) - Matteo Vegetti (2017: 102-103) ha sottolineato la varietà delle costruzioni di significato prodotte "per legittimare un insieme di valori e ordini discorsivi contraddittori e simultanei, non tutti favorevoli alla politica americana del tempo", fra i quali spiccano il pacifismo e l'imperialismo, il progressismo e il localismo, il colonialismo e il post-colonialismo. Non bisogna stupirsi di queste divaricazioni, poiché i rapporti di senso non sono definiti in partenza (e, se lo sono, non restano congelati all'interno di relazioni immutabili). Al contrario, i processi di codifica e decodifica delle immagini - anche all'interno di una cornice ideologica - sono aperti a una pluralità di costruzioni, di correzioni, di referenze, valori e criteri di congruenza.

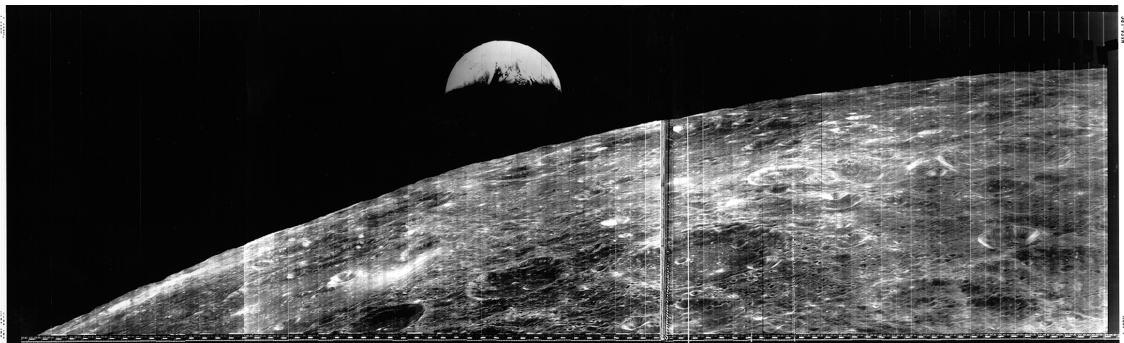


Figura 2 – La Terra fotografata dal satellite *Lunar Orbiter I*, 23 agosto 1966

Gli effetti di questo enorme processo digestivo, che colpisce aspetti diversi della vita (lavoro, informazione, intrattenimento, arte, relazioni sociali, vita affettiva), sono accomunati da un lavoro costante e ininterrotto per la definizione delle cornici entro cui costruiamo i significati della realtà. Susan Sontag conclude il saggio denunciando due direzioni parallele e solidali che orientano il metabolismo fra immagini e realtà nelle società occidentali: da una parte l'estetizzazione della realtà; dall'altra la produzione di una società basata sul consumo e sul controllo.

Una società capitalistica esige una cultura basata sulle immagini. Ha bisogno di fornire quantità enormi di svago per stimolare gli acquisti e anestetizzare le ferite di classe, di razza di sesso. E ha bisogno di raccogliere quantità illimitate di informazioni, per meglio sfruttare le risorse naturali, aumentare la produttività, mantenere l'ordine, fare la guerra e dar lavoro ai burocrati (Sontag, 1977: 154).

A questo punto, occorre chiedersi se l'ipotesi della costruzione fotografica della realtà - intesa come un processo di frammentazione e ricomposizione di significati,



sulla base dell'apprendimento di linguaggi visivi in cui il confine fra produttore e consumatore risulta sempre più sfumato - rappresenti ancora qualcosa di fondamentale per gli immaginari del capitalismo contemporaneo. L'intreccio di estetizzazione, consumo e controllo costituisce il nerbo della lettura critica offerta da Sontag in *Sulla fotografia*, che resta un documento molto utile per comprendere una fase importante dell'elaborazione moderna dei linguaggi visivi. Tuttavia, per mettere alla prova queste idee, occorre confrontarle con gli sviluppi del capitalismo di fine Novecento e con il suo immaginario. Infine, sarebbe utile definire un contrappeso rispetto al monito lanciato da Sontag, per portare alla luce la *pars construens* del suo discorso critico e illustrare la possibilità di un uso differente del linguaggio fotografico, che ha a che fare con il desiderio e la capacità di percepire l'esistenza di altri mondi che esistono nei margini interni della cultura capitalistica.

2.3 Un immaginario senza limiti?

Per misurare le possibilità di un uso diverso dello sguardo fotografico si può partire da un assunto provocatorio e distopico: "È più facile immaginare la fine del mondo che la fine del capitalismo" (Fisher, 2009: 26). Si tratta di un'iperbole critica ripresa dal critico britannico Mark Fisher in *Realismo capitalista* per analizzare, attraverso la formula thatcheriana del TINA ("there is no alternative"), l'annientamento delle alternative che annuncia il trionfo dell'immaginario neoliberista nelle società occidentali, in termini politici e culturali, dagli anni Ottanta sino ai nostri giorni:

In Europa e negli Stati Uniti, per la maggior parte delle persone sotto i vent'anni l'assenza di alternative al capitalismo non è più nemmeno un problema: il capitalismo semplicemente occupa tutto l'orizzonte del pensabile (Fisher, 2009: 37).

Il discorso di Thatcher aveva lo scopo di schiacciare l'aspirazione a un immaginario sociale radicalmente diverso rispetto alle cornici - economiche, simboliche, politiche ed estetiche - entro cui dovrebbero elaborare *realisticamente* i loro schemi operativi e interpretativi, introiettandoli fino a non saper più immaginare un modello culturale alternativo a quello neoliberista. Questa prospettiva può essere utile a guidare l'ultima parte del ragionamento sulla costruzione degli immaginari fotografici, giacché Fisher ha analizzato tre categorie tipiche del capitalismo post-fordista (estetizzazione, consumo e controllo) in un intervallo di tempo successivo a quello in cui si è mossa Sontag, ponendosi con ambizione alla ricerca di forme espressive, politiche ed artistiche capaci di dar voce all'utopia emancipatoria di una nuova "capacità di produrre, di prenderci cura di cose e persone e di godere collettivamente" (Fisher, 2018: 359), un'utopia definita emblematicamente dal titolo del suo ultimo libro (postumo) tradotto in italiano: un "desiderio senza nome".

Ciò che consente di collegare questo lavoro ai saggi fotografici di Sontag è soprattutto la riflessione sull'impatto che l'immaginario egemone ha prodotto non solo



sulla cultura pop (cinema, musica, libri, televisione), ma anche sull'informazione e sui processi educativi che riguardano la sfera visiva, colonizzando "tutto l'orizzonte del pensabile". Il presupposto è che il capitalismo si ponga non solo come l'unico sistema economico e politico percorribile, ma anche – soprattutto nel suo pendant ideologico neoliberista e nell'orizzonte culturale ad esso corrispondente – come l'unico modo di vivere e di pensare, cioè come principio di realtà, tanto da convincere molti che sia impossibile "anche solo immaginare un'alternativa coerente" (Fisher, 2009: 26).

Per come lo concepisco, il realismo capitalista non può restare confinato alle arti o ai meccanismi semipropagandistici della pubblicità. È più un'atmosfera che pervade e condiziona non solo la produzione culturale ma anche il modo in cui vengono regolati il lavoro e l'educazione, e che agisce come una specie di barriera invisibile che limita tanto il pensiero quanto l'azione (Fisher, 2009: 50).

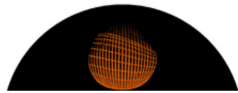
Basterebbe questo punto per sottolineare quanto il concetto di "realismo capitalista" sia essenziale oggi, nel quadro di una ricerca sugli immaginari del capitalismo contemporaneo. Ma il suo richiamo può tornare utile anche per integrare le analisi di Sontag sulle condizioni della percezione fotografica: il soggetto ideale di questo processo digestivo è il consumatore-spettatore "interpassivo", cioè incapace di immaginare una sintassi diversa per costruire nuove trame di significati. Si tratta di un soggetto ideale, di un modello immaginato per inibire la capacità soggettiva di appropriarsi in modo impreveduto degli strumenti disponibili, magari per usarli in modo creativo, fuori dal rispecchiamento negli schemi di estetizzazione e controllo – per esempio, secondo la prospettiva degli usi "interferenti" o dei "modi di fare" esposta da Michel de Certeau (1990: 50-68) nella sua opera dedicata alle pratiche quotidiane dei consumatori.

Fisher si riferisce agli studi di Fredric Jameson, dedicati al postmodernismo in quanto "logica culturale del tardo capitalismo", come punto di partenza per sviluppare il tema dell'assorbimento dei motivi modernisti nella cultura pop e dell'esaurimento del senso di futuro. In questo senso, la cultura postmoderna rappresenta il trionfo della "retromania" nelle forme del pastiche, del revival e del vintage, di cui troviamo esempi in alcuni casi di comunicazione pubblicitaria che riprendono le tecniche surrealiste. Per la fotografia fa testo un *claim* di Minolta (1976) – "quando tu sei la macchina e la macchina è te" – che riecheggia gli esperimenti di scrittura automatica dei surrealisti (Sontag, 1977: 160). Per il capitalismo postfordista, che cura l'aspetto del consumo fino ai più sottili dettagli estetici della seduzione esercitata dalle forze del passato, questi frammenti discorsivi si presentano "solo come estetica congelata, mai come ideale di vita" (Fisher, 2009: 37). Anche da questa caratteristica deriva l'incapacità postmoderna di immaginare una cornice veramente nuova entro cui costruire trame di significati in modo inedito. Sembra impossibile guardare in avanti prospettando una discontinuità di fondo rispetto all'immaginario che ha decretato "la fine della storia" per affermare la "convincione profondamente radicata nelle élite dominanti che il loro sistema economico e sociale sia destinato a durare per l'eternità" (Löwy, 2001: 136).



Quando la logica culturale del capitalismo si afferma come l'unica cassetta degli attrezzi disponibile, entriamo nell'epoca del "realismo capitalista". Alla fine del XX secolo il potenziale utopico del moderno – di cui la fotografia rappresenta, con tutte le sue contraddizioni, un'espressione esemplare – è stato messo in soffitta, per suggellare un canone di relazioni fra passato e futuro ravvivato dalla ritualità citazionista della religione culturale dominante. Gli aspetti conflittuali ed emancipatori del moderno devono essere espunti dal principio di realtà, bollati come utopismi da un immaginario che pure si nutre di un'estetica rétro per definire il suo orizzonte di consumo. Nel corrispettivo pop di questo spirito nostalgico, l'avanguardia dei pionieri e degli innovatori si trasforma in una *retroguardia* di curatori e archivisti che selezionano le monete spendibili sul mercato – come sottolinea Simon Reynolds (2011) nel celebre saggio che nomina la "retromania" come emblema di questa cultura. Ma non si tratta solo di un lavoro sul passato. Un simile modello ideale opera infatti per la costruzione di un principio di realtà totalizzante. Il "realismo capitalista" si presenta perciò come una profezia che si autoavvera: un modo di rappresentare la realtà, e ovviamente di costruirla, a partire dall'assenza di altri paradigmi possibili. Una crisi del senso della possibilità avvolge il suo tempo accelerato, rendendolo intrinsecamente statico e frenetico, incapace di articolare un nuovo "senso del possibile" (cfr. Jedlowski, 1994: 125-138; Jedlowski, 2018).

La teoria del realismo capitalista rappresenta un complemento logico e cronologico rispetto riflessione sulla costruzione fotografica della realtà, se è vero che – come ha affermato Sontag (1977: 155) – "il restringere la libera scelta politica al libero consumo economico esige che la produzione e il consumo di immagini siano illimitati". Le sue analisi degli anni Settanta sulle implicazioni percettive della cultura fotografica approdavano a un pensiero di tipo ecologico, focalizzato sulla necessità di un "rimedio conservativo" che potesse generare un maggiore equilibrio nelle società del capitalismo avanzato, rispetto a questioni come l'iperstimolazione visiva e al corrispondente effetto anestetizzante. Di fatto, tornando a riflettere su quest'ordine di idee in *Davanti al dolore degli altri*, l'autrice ha fatto autocritica rispetto alle sue prime conclusioni: "non ci sarà un'ecologia delle immagini. [...] E neppure gli orrori diminuiranno" (Sontag, 2003: 94). Eppure nell'idea di fondo espressa in *Sulla fotografia*, una critica apparentemente conservatrice e antimoderna ("una difesa della realtà e di quei valori, oggi in pericolo, che consentono di rispondere ad essa più pienamente") valorizza un aspetto in grado di salvare qualcosa dell'utopia moderna, incrinando il principio di realtà capitalista. Se osserviamo con attenzione il fenomeno culturale del consumo di immagini rispetto alle pratiche visive di interpretazione della realtà, dobbiamo ammettere che quello che è stato per molto tempo il suo strumento principale – il linguaggio fotografico – può essere usato, grazie alla sua ambivalenza di fondo, come "la malattia e l'antidoto" (Sontag, 1977: 155). Di certo non si può negare la realtà materiale delle immagini, né l'importanza dei linguaggi visivi nell'elaborazione dei rapporti di senso. Tuttavia è possibile aumentare la consapevolezza dell'atto fotografico, come mezzo per fare esperienza delle altre persone e del proprio tempo, per mostrare che altri modi di



guardare il mondo possono essere praticati tramite il dispositivo fotografico. Si tratta di possibilità concrete, rispetto alle quali vale la pena fare un ultimo esempio.



Figura 3 - Diane Arbus, *Child with Toy Hand Grenade in Central Park, NYC, 1962*

Evidenziare il potere anestetizzante di un certo modo di produrre e consumare immagini, sottolineando la fragilità del loro contenuto etico rispetto al valore di spettacolo, non implica di per sé un rifiuto iconoclastico del linguaggio fotografico. Al contrario, la prospettiva di Sontag è animata dalla speranza che il mezzo fotografico



possa servire a scuotere il senso comune, provocando un effetto di straniamento cognitivo nelle cornici entro cui riconosciamo e mettiamo in relazione i significati della realtà: il familiare si può volgere in estraneo, così come l'alterità di ciò che è ignoto può rivelare allo sguardo dell'osservatore qualcosa di familiare. Ma ciò può accadere soltanto a certe condizioni, per esempio se ci si prende cura di alcune possibilità che l'immaginario capitalista ha accantonato nei suoi margini. Accade, per esempio, nell'opera di Diane Arbus, che mostra la possibilità di osservare un altro mondo, non esotico e inesplorato, ma presente nei margini interni della realtà quotidiana del suo tempo. L'uso della macchina fotografica come mezzo per fare esperienza non è necessariamente alienante, almeno non nel senso del "realismo capitalista". Anzi, il suo linguaggio può contrastare l'ideologia dominante, mettendo in evidenza l'importanza dello shock derivante dall'immergersi in esperienze che non si possono abbellire. Nell'atto fotografico di raccontare lo sgombero del centro di New York dai sottomondi devianti (popolati da freak, prostitute e travestiti) in nome del decoro che spingeva i ceti medi bianchi verso la vita suburbana, possiamo riconoscere l'apertura di una dialettica tra immagine e significato della realtà. La sua fotografia è guidata da una partecipazione non voyeuristica rispetto alla *stranezza* di alcune esistenze: "la vecchia coppia che litiga sulla panchina del porto, la barista di New Orleans a casa propria con un cane di pezza, il ragazzo che in Central Park tiene ben stretta una bomba a mano giocattolo" (Sontag, 1977: 33, fig. 3). Nel suo modo di fotografare le persone – gli outsiders, ma anche la piccola borghesia americana – c'è un'attenzione priva di moralismo o intenti consolatori, che si manifesta in un contatto straniante con l'esperienza dell'altro.

Le fotografie fanno apparire irrilevante una reazione compassionevole. È fondamentale non farsi sconvolgere, ma affrontare invece l'orribile in maniera equanime. Ma questo atteggiamento che non è (principalmente) pietoso è una speciale costruzione etica moderna: non insensibile, e men che meno cinica, ma semplicemente (o falsamente) ingenua. A questa dolorosa realtà da incubo Arbus applicava aggettivi come "pazzesco", "interessante", "incredibile", "fantastico", "sensazionale": lo stupore infantile della mentalità pop. La macchina – secondo la sua idea, deliberatamente ingenua, della ricerca del fotografo – è *un congegno che capta ogni cosa*, che convince i soggetti a rivelare i propri segreti, *che allarga l'esperienza*. Fotografare persone, secondo Arbus, è necessariamente un atto "crucele" e "cattivo". L'importante è non batter ciglio (Sontag, 1977: 37, corsivi miei).

La macchina fotografica è uno strumento ambivalente, perciò un discorso tanto controverso non si dovrebbe concludere, ma al massimo socchiudere, lasciando aperto uno spiraglio da cui può entrare una lama di luce, per rendere visibili le tensioni e i conflitti che vivono sotto la superficie liscia di una fotografia diventata realtà patinata, docile e disponibile al consumo. Recuperando una parte della lezione benjaminiana, bisognerebbe leggere in alcune immagini la possibilità di un cortocircuito tra passato e presente, cioè la presenza latente di una scintilla ancora inespressa. Recuperare alla percezione ciò che Benjamin chiamava "immagine dialettica" significa esporsi a "un'immagine non rievocabile del passato [...] che rischia di scomparire con ogni



presente che non si sia riconosciuto in essa" (Benjamin, 1981: 77, trad. rivista). Essa lascia un compito per il futuro: può essere percepita solo a condizione che il suo osservatore s'infili nelle crepe del proprio tempo, per rendere visibile la cornice interpretativa che ha selezionato solo alcune possibilità di senso, scartandone molte altre. Con questo tipo di osservazione si può decifrare nel più piccolo oggetto un intreccio di significazioni temporali che reclamano di essere comprese, rese "leggibili" e, in un certo senso, *salvate* (nei termini messianici cari a Benjamin).

Per uscire dalla cornice del "realismo capitalista", bisogna imparare a leggere i suoi margini interni: lasciarsi impressionare dalle percezioni stranianti in cui si ridefinisce il rapporto fra familiare ed estraneo, praticando nel tempo dell'accelerazione l'arte lenta di indugiare, fantasticando sulla *stranezza* dei dettagli che incrinano la crosta levigata del principio di realtà capitalista. Per farlo bisogna esercitare lo sguardo fotografico per "allargare l'esperienza", come suggerisce Sontag a proposito di Arbus, aprendo l'orizzonte ermeneutico verso una nuova leggibilità delle pratiche visuali, che per molti aspetti si presentano come i linguaggi primari del nostro tempo. Ne va del nostro avvenire, secondo uno dei maestri del modernismo – il pittore-fotografo László Moholy-Nagy (1845-1946), le cui idee erano proiettate verso le arti multimediali e "sono diventate inseparabili dal nostro modo di vedere" (Freund, 1974: 167) – poiché "l'analfabeta del futuro non sarà chi non conosce la scrittura ma chi ignora la fotografia" (Benjamin, 1931: 39).

Sotto questo aspetto – dopo cento anni di fotografia e due decenni di cinema – siamo enormemente più ricchi. *Possiamo dire che vediamo il mondo con occhi interamente diversi*. Tuttavia, il risultato complessivo è, a tutt'oggi, poco più di un'enciclopedia visiva. Non è sufficiente. Noi vogliamo produrre sistematicamente, essendo importante per la vita creare *rapporti nuovi* (Sontag, 1977: 175, corsivi nel testo).

In questo messaggio di Moholy-Nagy si può identificare il nucleo propositivo di una riflessione sull'arte fotografica che vuole articolarsi nei termini di una dinamizzazione dei linguaggi visivi. Il rapporto con la tradizione non può limitarsi alla progressiva saturazione della citabilità riciclata in ambito postmoderno. Il consumo stesso, infatti, può alimentare la produzione di nuovi linguaggi e la scoperta di possibilità ancora inesprese, se le sue pratiche iniziano a divergere dall'orizzonte predittivo costruito dalla cultura egemone. Immersi in flussi di informazioni ed immagini, ci sentiamo "enormemente più ricchi"; ma già un secolo fa si trattava – e, in fondo, ancora oggi continua a trattarsi – di riuscire a leggere la realtà delle immagini per "creare rapporti nuovi". Sotto questo aspetto, la nostra relazione con la fotografia può continuare a dirsi moderna, ma per farlo ha bisogno di essere animata da istanze critiche e divergenti, affinché sia possibile – nel gioco aperto tra percezione, comprensione e immaginazione della realtà – usare questa enorme ricchezza per vedere il mondo nella sua irrisolvibile incompletezza, "con occhi interamente diversi".



Bibliografia

Benjamin W. (1921), *Kapitalismus als Religion*; tr. it. 2002, *Il capitalismo come religione*, Genova, Il Melangolo.

Benjamin W. (1931), *Kleine Geschichte der Photographie*; tr. it. 2015, *Piccola storia della fotografia*, Milano, Abscondita.

Benjamin W. (1981), *Angelus Novus. Saggi e frammenti*, Torino, Einaudi.

Benjamin W. (1982), *Das Passagenwerk*; tr. it. 2000, *I "passages" di Parigi*, Torino, Einaudi.

Berger J. (1980), *About Looking*, New York, Pantheon Books.

Boltanski L. (1993), *La Souffrance à distance*; tr. it. 2000, *Lo spettacolo del dolore. Morale umanitaria, media e politica*, Milano, Cortina.

Bourdieu P., Castel R., Boltanski L., Chamboredon J.-L. (1965), *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*; tr. it. 2018, *Un'arte media. Saggio sugli usi sociali della fotografia*, Milano, Meltemi.

Bruno M. W. (2018), *La distinzione degli scatti*, *Fata Morgana Web*, consultato il 25 ottobre 2020: <https://www.fatamorganaweb.unical.it/index.php/2018/10/07/distinzione-scatti-arte-media-bourdieu/>.

De Certeau M. (1990), *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*, Paris, Gallimard.

Fisher M. (2009), *Capitalist Realism: Is There No Alternative?*; tr. it. 2017, *Realismo capitalista*, Roma, Nero.

Fisher M. (2018), *K-punk. The Collected and Unpublished Writings of Mark Fisher*; tr. it. 2020, *Il nostro desiderio è senza nome*, Roma, Minimum Fax.

Freund G. (1974), *Photographie et société*; tr. it. 1976, *Fotografia e società*, Torino, Einaudi.

Gombrich E. H. (1963), *Meditations on a Hobby Horse and other Essays on the Theory of Art*; tr. it. 1976, *A cavallo di un manico di scopa. Saggi di teoria dell'arte*, Torino, Einaudi.



Jedlowski P. (1994), *Il sapere dell'esperienza*, Milano, il Saggiatore.

Jedlowski P. (2018), Il quotidiano e il possibile, in Floriani S. e Rebughini P. (ed.), *Sociologia e vita quotidiana*, 49-65, Napoli-Salerno, Orthotes.

Kris E. (1967), *Ricerche psicoanalitiche sull'arte*, Torino, Einaudi.

Löwy M. (2001), *Walter Benjamin: Avertissement d'incendie. Une lecture des thèses "Sur le concept d'histoire"*; tr. it. 2004, *Segnalatore d'incendio. Una lettura delle tesi "Sul concetto di storia" di Walter Benjamin*, Torino, Bollati.

Perniola M. (1994), *Il sex appeal dell'inorganico*, Torino, Einaudi.

Reynolds S. (2011), *Retromania. Pop Culture's Addiction to its Own Past*; tr. it. 2017, *Retromania. Musica, cultura pop e la nostra ossessione per il passato*, Roma, Minimum Fax.

Scianna F. (2013), La voce di Capa spiega il miliziano, *Doppiozero*, consultato il 27 ottobre 2020: <https://www.doppiozero.com/materiali/clic/robert-capa-e-il-miliziano>.

Šklovski V. (1917), *Iskusstvo kak priëm*; tr. it. 1968, *L'arte come procedimento*, in Todorov T. (ed.), *I formalisti russi*, 73-94, Torino, Einaudi.

Sontag S. (1977), *On Photography*; tr. it. 1982, *Sulla fotografia. Realtà e immagine nella nostra società*, Torino, Einaudi.

Sontag S. (2003), *Regarding the Pain of the Others*; tr. it. 2003, *Davanti al dolore degli altri*, Milano, Mondadori.

Tramontana A. (2019), *I cristalli della società. Simmel, Benjamin, Gehlen, Baudrillard e l'esistenza multiforme degli oggetti*, Milano, Meltemi.

Vegetti M. (2017), *L'invenzione del globo. Spazio, potere, comunicazione nell'epoca dell'aria*, Torino, Einaudi.