

L'autoritratto come esperienza identitaria Processi interattivi e potenzialità cliniche

Giorgio Bordin¹

Riassunto. L'esercizio dell'autoritratto e i retrostanti processi psicologici costituiscono il tema principale del seguente lavoro. A partire da un'analisi del contesto sociale e dei campi interattivi che si generano nella presentazione di sé attraverso le immagini, viene messo in evidenza il loro ruolo nella definizione identitaria dell'individuo. Procedendo con un excursus sulla questione del corpo (in quanto soggetto privilegiato dell'autoraffigurazione) e dell'immagine corporea, si giunge gradualmente al fulcro argomentativo dell'intero lavoro: la pratica dell'autoritratto viene qui discussa nella sua pluralità di forme, prendendo in esame alcuni importanti aspetti per riconfigurarli sulla base delle nostre premesse. Risulta quindi possibile considerare le diverse implicazioni dell'immagine, in particolare dell'autoritratto e dello strumento fotografico, come promotori di esperienze alternative e di cambiamento nell'ambito della psicoterapia.

Parole chiave: Autoritratto; Autoraffigurazione; Immagine di sé; Immagine corporea; Identità; Internet; Selfie; FotoTerapia; Sé alternativi; Narrazione.

Abstract. The practice of self-portrait and the psychological processes behind it represent the main theme of the following work. Starting from an analysis of the social contest and the interactive fields produced in the self-presentation through images, their role in the identity definition of the individual is pointed out. Proceeding with an excursus about the body issue (as preferential subject of self-representation) and the body image, you gradually comes to the argomentative cornerstone of the entire work: the practice of the self-portrait is here discussed in the plurality of its forms, examining some important aspects to reconfigure them on the basis of our premises. As a result it is then possible to consider the different implications of images, in particular of the self-portraits, and of the photographic instrument as promoters of alternative experiences and change in the psychotherapy setting.

Key words: Self-portrait; Self-representation; Self-image; Body image; Identity; Internet; Selfie; PhotoTherapy; Alternative selves; Narration.

1. Introduzione

David Le Breton (2007) afferma che “ogni sguardo è un autoritratto, ma soprattutto è il ritratto di una cultura”. Le parole dell'antropologo francese, che saranno riprese più di una volta nel corso del seguente lavoro, offrono lo spunto per numerose riflessioni sul tema dell'autorappresentazione. Si propone, perciò, un'analisi della questione declinata secondo l'ottica interazionista, che consente di porre l'attenzione sui processi retrostanti alle pratiche sia del ritratto che dell'autoritratto, sottolineando ulteriormente il ruolo dell'intenzionalità – dello sguardo intenzionale – nella configurazione della realtà e nella creazione delle immagini di sé e del mondo – siano esse immagini mentali oppure fotografiche. Le tecniche di FotoTerapia, in questo senso, aprono un varco sulla

¹ *Psicologo, Psicoterapeuta.*

possibilità concreta per l'individuo di rappresentare se stesso in tutto ciò che osserva. Come premessa, verrà innanzitutto affrontato nella prima parte il discorso sociale e culturale che sempre più predilige l'immagine alla parola. Questa 'società delle immagini' implica un processo gestionale dell'immagine di sé che coinvolge diversi campi interattivi, i quali comprendono a loro volta la realtà multimediale in cui ciascun individuo è immerso e da cui risulta inevitabilmente condizionato. In tale contesto, le foto che ci raffigurano costituiscono allo stesso tempo un fondamentale elemento di comunicazione e di negoziazione dell'identità.

La discussione prosegue attraverso l'analisi delle questioni legate all'immagine corporea, intesa nella sua accezione di costrutto identitario. Considerando il corpo come soggetto preferenziale delle pratiche autoraffigurative, si descrivono quindi le implicazioni rispetto all'identità che entrano in gioco nell'atto fotografico che lo ritrae.

Si vuole proporre invece nella terza parte un approfondimento sul fenomeno dell'autoritratto. Ciò richiede di soffermarsi su diversi punti, a cominciare dalla questione dell'individuo/corpo che assume al contempo il duplice ruolo di soggetto/oggetto nelle varie fasi dell'atto creativo. In seguito, il discorso si sposta sull'analisi delle implicazioni connesse alla presenza del 'doppio fotografico' e all'osservazione di se stessi nelle fotografie, per passare infine all'esame delle differenti modalità e forme di autoritratto. Nell'ultima parte, più pragmatica rispetto alle altre, verranno esplicitati alcuni tra i risvolti applicativi dello strumento fotografico in campo psicologico; maggiore attenzione sarà posta, naturalmente, alle potenzialità che caratterizzano l'uso dei ritratti e degli autoritratti in sede di psicoterapia.

L'intero lavoro è basato, chiaramente, sulla bibliografia raccolta; fa inoltre riferimento al mio precedente articolo e si poggia sulle riflessioni lì argomentate, che in diverse fasi della stesura ho scelto di non approfondire nuovamente, rimandando il lettore all'eventuale lettura del testo.

2. L'immagine di sé: contesto sociale e interazioni on-line

Per poter analizzare efficacemente i processi di significazione messi in atto dal singolo, è sempre necessario considerare come punto di partenza il contesto in cui egli è inserito e nel quale egli agisce – e interagisce. Inevitabilmente, quindi, per riuscire a comprendere i processi implicati nella 'creazione' della propria immagine da parte dell'individuo, bisogna innanzitutto considerare il contesto socio-culturale e il ruolo che in esso svolge, appunto, l'immagine stessa.

La società moderna, a partire dalla seconda metà del secolo scorso, si caratterizza per la presenza sempre più 'ingombrante' delle immagini in moltissimi ambiti della nostra quotidianità. Inizialmente limitato in particolar modo al settore dell'intrattenimento – si pensi alla televisione o al cinema – e a quello dell'informazione – la stampa giornalistica e i telegiornali – l'utilizzo dell'immagine è diventato nel corso degli anni uno strumento sempre più diffuso e utilizzato per ogni altro genere di finalità, coadiuvato anche dallo sviluppo inarrestabile della tecnologia.

Non solo, quindi, ci si ritrova ormai circondati in qualsiasi momento della giornata da immagini – foto e video – molto variegata tra loro, ma tale presenza risulta anche quantitativamente maggiore, con una crescita esponenziale da quando internet è entrato a gamba tesa nello scenario quotidiano della nostra società. In questo contesto si può comunemente osservare la prevalenza dell'immagine sulla parola come strumento di comunicazione. La parola come mezzo dialogico, come modalità per offrire e articolare un pensiero o un ragionamento, viene sempre più soverchiata dall'uso delle immagini a scopo suggestivo: basti pensare all'ambito della politica, saturo di personaggi che puntano ad impressionare gli elettori proponendo un'immagine di sé accattivante e carismatica, anziché scegliere di convincerli a votare

per loro attraverso lo strumento retorico – usato invece molto spesso per confondere e rabbonire, piuttosto che per diffondere idee o per argomentare le proprie ragioni.

Si può quindi affermare che siamo in presenza di due logiche a confronto: quella della parola e quella dell'immagine (Ferrarotti, 2012). Mentre la prima implica una presa di coscienza e una costruzione attiva del significato, la seconda “preconfeziona il senso per una massa di spettatori a cui è preclusa la reciprocità” (ibidem, p. 8).

Facendo un tour tra i blog e le riviste online, si può osservare come ricorra il tema dell'immagine che prevale sulla parola nella società moderna, stimolando l'interesse di diverse figure in diversi ambiti (il giornalismo, il mondo dello spettacolo, l'arte, eccetera); la questione, a quanto pare, non attira solamente l'attenzione dei cosiddetti professionisti dell'interazione (antropologi, psicologi, sociologi). Anche il cinema, ad esempio, ha voluto proporre la tematica: nel film “Words and Pictures” diretto da Fred Schepisi, viene raccontata la battaglia tra parole e immagini in un contesto liceale, alla ricerca di un possibile armistizio tra le due 'fazioni'. Numerosi sono i pensieri e le considerazioni che potrebbero scaturire in una riflessione più ampia sull'argomento - riflessione nella quale, però, non ci addentreremo in questa sede.

Ci poniamo invece una domanda. Perché, quindi, l'immagine sembra molto spesso convincere più della parola? Nel tentativo di formulare un'ipotetica spiegazione, si possono considerare diversi punti. La parola, innanzitutto, veicola un tipo di informazione che tende ad essere più facilmente dimenticata, al contrario dell'immagine che rimane invece davanti ai nostri occhi nella sua inconfutabilità e nella sua auto-evidenza, finendo per assumere il valore di attestazione autorevole della realtà. Oltre a ciò, l'immediatezza che la caratterizza gioca a suo favore, inducendo le persone a scegliere questo tipo di informazione, la quale risulta più accessibile e meno dispendiosa in termini cognitivi. Considerando il peso che l'immagine assume nel processo di acquisizione delle informazioni e di attribuzione di senso all'interno del nostro contesto sociale, si ha la possibilità a questo punto di valutarne le implicazioni per ciò che riguarda il modo in cui produciamo e offriamo immagini di noi stessi (in quanto individui inseriti nel suddetto contesto).

La gestione della propria immagine, di fatto, costituisce da sempre un processo essenziale nelle interazioni tra gli individui, per la necessità che ciascuno ha di presentarsi – rappresentarsi – all'altro e di orientare il proprio agire sulla base delle rispettive rappresentazioni. Nell'età moderna, però, il ruolo dell'immagine personale assume delle particolari implicazioni: oltre all'immagine intesa come 'concetto di sé' che ciascuno offre con la sua presenza e attraverso le interazioni, bisogna fare i conti con la moltitudine di immagini visive delle persone che sono spesso disponibili anche senza la loro reale presenza. Con l'avvento delle nuove tecnologie e del world wild web, infatti, è aumentata esponenzialmente la diffusione delle immagini digitali e con essa il loro impatto sulla realtà e sul comune modo di percepirla: attraverso i differenti canali mediatici (chat online, siti web, social network, ecc.) le immagini personali che l'individuo mette a disposizione – o che altri mettono a disposizione per lui – sono innumerevoli.

Va tenuto in considerazione il contesto sociale in cui l'individuo si muove nel mondo moderno: ciascuno di noi, volente o nolente, è inserito in un continuum di esperienze reali e digitali le cui implicazioni si riflettono sul nostro senso di identità e sulla nostra soggettività. Le immagini che ci rappresentano online, nel caso in cui l'interazione avvenga con persone che già conosciamo nella quotidianità, fungono da semplici integrazioni all'immagine di noi che abbiamo già fornito nell'interazione diretta; quando invece si comunica con una persona esclusivamente online, l'immagine che ci rappresenta sulla piattaforma web assume per l'altro il valore non soltanto di prima impressione (se il primo contatto avviene proprio in questa modalità), ma anche di

unica informazione a disposizione – oltretutto mediata dallo strumento di comunicazione scelto.

Wallace (2017) tratta la questione utilizzando l'espressione 'persona online'. L'autrice illustra nel suo lavoro come la possibilità che abbiamo oggi di creare ad hoc la nostra immagine – sia in termini di rappresentazione mentale che in termini di raffigurazione visiva – all'interno di un contesto virtuale possa in ogni caso presentare una doppia valenza. Tra i vantaggi, ad esempio, si può considerare l'opportunità di selezionare, modificare, correggere le informazioni che desideriamo rendere disponibili attraverso uno specifico medium digitale, in base alle anticipazioni sul tipo di pubblico a cui ci rivolgiamo e sulle aspettative altrui nei nostri confronti, oppure in base alle nostre intenzioni. Chiaramente tali operazioni di selezione e modifica risulterebbero notevolmente limitate in un qualsiasi contesto interattivo diretto. Allo stesso tempo, ogni interazione diretta permette di cogliere diversi indicatori familiari che ci aiutano ad orientarci intenzionalmente, strumenti di cui è inevitabilmente privo ogni scambio comunicativo in rete.

“Paragonata al trucco, ai vestiti, all'acconciatura e a tutti quegli altri accessori che ci prosciugano lo stipendio, la tastiera è uno strumento poco familiare, piuttosto goffo e inadeguato per convogliare l'immagine di sé” (ibidem, p. 36). Considerando il fatto che buona parte della costruzione della propria immagine in rete è oggi mediamente rappresentata da immagini digitali – fotografie e selfie – e che quindi trucco, vestiti e acconciatura fanno ancora parte di quegli strumenti che molti padroneggiano abilmente per apparire online, si può comunque prendere spunto dalle parole dell'Autrice per riflettere su come il tentativo di definirsi e raccontarsi attraverso il medium virtuale (non solo con le immagini, ma anche con la tastiera) costituisca un tentativo spesso fallace di ricercare – o ricreare – la propria identità personale rispetto alle consuete modalità di interazione tra individui. Questo discorso, tuttavia, è riscontrabile fino ad un certo punto: la diffusione sempre più massiccia dei mezzi di comunicazione virtuali tra le nuove generazioni, infatti, sta ottenendo l'effetto di alienare il singolo allontanandolo sempre più dalle interazioni reali, rendendo così i più giovani maggiormente esperti nella gestione delle relazioni virtuali piuttosto che, appunto, di quelle reali. Ciò nonostante, la gestione di un'identità personale e di rapporti online resta inadeguata e fonte di disagio anche per le generazioni cresciute con internet, con l'aggiunta che spesso i ragazzi non sono in grado di crearsi delle alternative valide al di fuori della rete. La conseguenza, molto spesso, è che la reputazione guadagnata online finisce per sovrapporsi all'identità, arrivando infine al punto di corrispondere. Prendendo in prestito le parole amare di De Gregorio, “il mondo fuori, che una volta era la piazza, il bar: ora è il telefono, il computer, il profilo sui social network. Non essere all'altezza delle aspettative: misurarle con il test del consenso online. Desiderare di somigliare a quello che pensi che gli altri si aspettino da te. Verificarlo: quanti like. Non avere successo. Non essere popolare. Essere escluso. Le chat, i commenti. Dunque chi sono io: sono quello che sento di essere o quello che dicono che io sia? Chi vince, alla fine? È una battaglia di uno contro tutti.” (De Gregorio, 2017, p. 10). Con queste poche righe, l'Autrice riprende un discorso iniziato un paio di pagine prima, in cui scrive che “c'è stato un momento in cui piacere al maggior numero possibile di estranei è diventata la strada obbligata per piacersi. Adeguarsi, quindi, alle aspettative. Essere graditi. È il momento in cui la reputazione (cosa pensano gli altri di me) ha preso il posto dell'identità (cosa penso e cosa vedo io di me. Chi sono io, a dispetto del giudizio del coro). O almeno, se non ne ha del tutto preso il posto, la reputazione è diventata la guardia del corpo dell'identità. Chi sono io secondo gli altri sorveglia chi sono io secondo me. Lo marca strettissimo” (ibidem, p. 8). Quest'ultima efficace metafora spinge senza dubbio a riflettere.

Prima di deragliare su questioni certamente stimolanti che però distolgono la nostra attenzione dal principale tema del presente lavoro, riconduco adesso il lettore al discorso delle impressioni e all'analisi dei relativi processi. Di fatto, gestire le impressioni altrui riguardo la propria persona, in un mondo sempre 'connesso' come quello attuale, richiede un enorme sforzo in termini di impegno cognitivo e di processi anticipatori. Il rischio sempre in agguato – che coinvolge entrambi i soggetti dell'interazione – consiste appunto nella trasformazione di tali processi di tipizzazione in fenomeni oggettivanti, per cui ad esempio l'immagine di sé trasmessa attraverso un canale mediatico finisce per corrispondere senza possibilità di appello alla propria 'reale' identità. La questione degli schemi di tipizzazione, discussa nel mio precedente articolo (Bordin, 2018) e già trattata più che ampiamente da Salvini (2004), implica l'utilizzo di scorciatoie inferenziali legate alle modalità con cui ciascuno seleziona, elabora e costruisce l'informazione, oltre che alle regole di ruolo e di contesto – e ad altri fattori ugualmente rilevanti. È anche sulla base di ciò che la persona mette in gioco, una serie di processi anticipatori, attraverso i quali gestisce e organizza le informazioni da offrire a seconda del tipo di interazione in atto.

Che l'individuo utilizzi delle strategie per potersi presentare in maniera diversa a seconda del contesto e dell'interlocutore, scegliendo di volta in volta l'immagine di sé più adeguata a ciascuna particolare situazione, è una teoria già condivisa da Goffman (1969) nella seconda metà del secolo scorso. Attraverso la suggestiva metafora dell'evento sociale come rappresentazione teatrale, Goffman sottolinea il ruolo attivo degli 'attori' che partecipano all'evento, posti consapevolmente di fronte a degli 'spettatori' nei quali devono suscitare una certa impressione. In base al tipo di pubblico, quindi, l'attore modifica il proprio agire; allo stesso modo, il suo comportamento cambia a seconda che egli si trovi sul palcoscenico oppure dietro le quinte. L'Autore definisce il processo di formazione delle impressioni 'un gioco di informazione', utilizzando dei termini che risultano sorprendentemente attuali se si considera il discorso dell'immagine online. Le strategie che portano l'individuo a selezionare quali determinate informazioni condividere o quali invece occultare sono frutto delle motivazioni e degli scopi che guidano le sue interazioni.

Il paragone di Goffman tra gli eventi sociali e le rappresentazioni teatrali risulta ancora più appropriato se si pensa ai social network. In tal caso, infatti, gli spettatori vengono maggiormente percepiti – attraverso le notifiche di 'like' e commenti – dall'attore che si trova sul palco della pagina online, costruita ad hoc per lo 'spettacolo' della propria identità: essi visualizzano, commentano, apprezzano con un click, insomma ci gratificano – ci applaudono come si applaude agli attori – e le mosse dell'attore, mirate ad ottenere tale approvazione, sono scelte con maggiore consapevolezza (per lo meno, maggiore di quanto possa essere in un 'normale' contesto sociale, in cui tendiamo a calibrare il nostro atteggiamento in maniera più automatica e implicita).

Oltre a ciò, si consideri che i social network permettono una sempre maggiore suddivisione dei contatti – parenti, amici, colleghi, conoscenti – offrendo la possibilità all'utente di filtrare le informazioni da condividere con ciascuna categoria e di gestire in questo modo le molteplici audience – e, di riflesso, i molteplici sé. In tal senso, persino la scelta della foto del profilo ha il suo peso nel processo di trasmissione delle informazioni. Trattandosi di un'immagine viva, le implicazioni sono però differenti: innanzitutto, la foto mette in evidenza caratteristiche della persona quali il sesso, l'età ed altri numerosi aspetti fisici; inoltre, sia i tratti del viso che l'abbigliamento o la postura possono generare delle impressioni sul modo di essere di quella persona, sulla base di anticipazioni puramente soggettive dell'osservatore (Wallace, 2017). Anche l'immagine digitale che offriamo di noi, perciò, rientra nella categoria di quelle informazioni che selezioniamo a seconda del tipo di interlocutore atteso, e quindi dei

nostri scopi e delle nostre motivazioni. In un social network come Facebook, ad esempio, buona parte delle immagini del profilo mostrano persone in atteggiamenti informali o giocosi, coerentemente al tono leggero della piattaforma; su LinkedIn, invece, vengono proposte foto del profilo che ritraggono persone in posa e abbigliamento formali, in linea con il carattere professionale del social network. In entrambi i casi, risulta evidente come il contesto, l'interlocutore anticipato e lo scopo dell'attore orientino la decisione su quali informazioni e su quale immagine di sé – identitaria e digitale – rendere disponibili. A questo proposito si può citare uno studio di Huznekoff (2012) che, grazie ad una ricerca effettuata sulle comunicazioni tra utenti su tre differenti piattaforme digitali, ha messo in evidenza come il contesto online sia in grado di modificare le strategie interattive similmente a quanto avviene nelle nostre interazioni quotidiane. Tuttavia, secondo Wallace (2017), la scelta di presentarsi attraverso i social network porta con sé un aspetto critico da non sottovalutare. Le strategie che le persone utilizzano per gestire adeguatamente le impressioni dell'interlocutore, infatti, si poggiano anche sull'opportunità di ricevere dei feedback istantanei, facilmente ottenibili nelle interazioni dirette o in quei casi in cui si ha una chiara idea del pubblico che ci osserva e ci ascolta. Purtroppo, nel contesto della rete, molto spesso il pubblico può essere soltanto immaginato. Diventa perciò molto più complicato identificarlo e di conseguenza valutare le informazioni che si vogliono mettere a disposizione. L'Autrice definisce quanto descritto come 'collasso del contesto', poiché "audience multiple si fondono in modi difficilmente prevedibili, rendendo arduo gestire un'impressione 'autentica'" (Wallace, 2017, p. 64). Per tale ragione, come illustrato da uno studio di Wynn e Katz (1997), la maggior parte degli utenti presenta nella propria pagina social un'identità quanto più corrispondente a quella 'reale', scegliendo di mettere in risalto le caratteristiche ritenute più importanti e rappresentative della propria persona. La decisione di mostrare un'identità globale e integrata, invece di proporre piccoli frammenti identitari a differenti tipi di pubblico, consente una gestione più semplice ed economica di un contesto come quello delle piattaforme online, in cui molto spesso finiscono per fondersi aspetti della vita pubblica e di quella privata.

Il 'gioco di informazione' che avviene all'interno del processo interattivo tra individui e che determina la formazione delle impressioni, in definitiva, è lo stesso gioco che si verifica nell'atto comunicativo attraverso la condivisione di immagini digitali, attraverso le fotografie che stanno sempre più invadendo lo spazio sensoriale riservato agli altri canali. Sia che si tratti della fase di costruzione dell'immagine di sé stessi – dell'autoritratto – con l'implicito tentativo di selezionare le informazioni da trasmettere, sia che si tratti della strategia che porta alla sua condivisione o della fase di osservazione dell'immagine da parte dell'altro, con la conseguente nascita di un'impressione, non ci si può esimere dal tenere ben presente il processo interattivo sottostante, pur nella sua forma indiretta. È l'immagine, in questi casi, a fungere da tramite per l'interazione.

Ricapitolando, ci troviamo quindi immersi in una società che ragiona per immagini, seleziona e diffonde informazioni tramite le immagini, costruisce attraverso di esse una realtà possibile. Come già argomentato nel mio precedente lavoro (Bordin, 2018), il processo di creazione di un'immagine fotografica è di fatto in grado di influire sulla percezione del mondo che ci circonda; ciò avviene per mezzo dello sguardo intenzionale del fotografo, che assume il ruolo di 'generatore di realtà'. Accade lo stesso nel processo di interazione tra individui mediato dall'immagine: ciò che viene generata è una 'realtà identitaria', imposta dalla sua immanenza visiva a discapito delle altre informazioni disponibili. È così che tende a permanere il suo dominio sulla parola, coadiuvato dallo sviluppo dei mezzi per la registrazione delle immagini e dall'uso

sempre più diffuso che di esse viene fatto anche nei social network e nelle chat. In definitiva, abitiamo una società in cui l'immagine prevale sulla parola e, inevitabilmente, anche nella definizione della nostra identità molto spesso scegliamo di utilizzare la prima piuttosto che la seconda.

In chiusura di questa prima parte si vuole infine far notare come, soprattutto negli ultimi anni, si sia verificato un evidente calo generale nella propensione a documentare visivamente i fatti – o i luoghi – a favore invece di un maggiore utilizzo di immagini di persone (o personaggi). Ciò vale tanto per le informazioni che ci vengono offerte direttamente dai canali mediatici, quanto per le immagini che ciascun individuo volontariamente produce e condivide tramite le piattaforme di comunicazione online. Tale disposizione, unitamente a quanto già discusso, ha portato recentemente alla diffusione dei *selfie*, una pratica rappresentativa della moderna tendenza a concentrarsi sull'individualità, trascurando tutto ciò che appartiene invece alla sfera extra-individuale. Di questo discorso, comunque, verrà ripreso il filo in seguito.

3. L'immagine corporea: un processo individuale, interpersonale e sociale

L'autoritratto può essere definito come l'atto di raffigurare visivamente se stessi, attraverso l'immagine nelle sue diverse forme (si tratti del disegno, della pittura, della fotografia o quant'altro). Rappresenta perciò non soltanto la propria immagine intesa genericamente come identità personale, ma anche e soprattutto la propria immagine fisica, cioè l'immagine corporea – l'idea che si ha del proprio corpo; di fatto, negli autoritratti, il corpo costituisce il fulcro attorno al quale maggiormente ruotano i diversi processi raffigurativi e percettivi.

Si consideri inoltre quanto già esplicitato in chiusura del precedente capitolo. Le persone – e con esse i loro corpi – hanno assunto da sempre un ruolo dominante nei vari processi di raffigurazione visiva; ruolo che è stato ulteriormente alimentato oggi dalla diffusione degli strumenti fotografici e della moda dei selfie. Scrive Ferrarotti: “È la società in cui sono crollate le ideologie e con esse [...] anche gli ideali. È tornato solo il corpo, le fattezze fisiche a beneficio e come materia privilegiata dell'immagine” (Ferrarotti, 2012, p. 8). Volendo trattare il tema del presente lavoro, quindi, non possiamo svincolarci in alcun modo dalla necessità di soffermarci sulla questione del corpo e delle sue implicazioni a livello sia individuale che interattivo e sociale. A tal proposito, si prenda come riferimento teorico il testo di Faccio (2007) che presenta l'identità corporea come un costrutto polisemico generato dal dialogo tra processi – per l'appunto – individuali, interpersonali e sociali.

Innanzitutto, va detto che il corpo può essere concepito solamente in quanto situato in un contesto, andando cioè ben oltre alla sua definizione di entità biologica e materiale. Tale posizione appare sostenuta anche da Barthes (1980), il quale afferma che il corpo non può essere considerato solo come un dato naturale, ma nemmeno come un dato esclusivamente culturale: l'identità e l'immagine corporea, quindi, sarebbero il risultato dell'incontro tra una soggettività individuale (in continua realizzazione) e una inter-soggettività sociale (già pre-costituita).

Gli utilizzi personali che vengono fatti del corpo, così come quelli sociali e culturali, rappresentano perciò le modalità attraverso cui vengono assegnati ad esso differenti significati. Il corpo somatico, che agisce e si muove nel contesto, non può quindi svincolarsi dal corpo semiotico, che raccoglie in sé i significati socialmente e culturalmente attribuitigli. Attraverso le azioni e i gesti, esso partecipa ai discorsi, alle narrazioni, alle regole e ai ruoli condivisi nel suo contesto interattivo, dal quale non è possibile separarlo: ci si può riferire, in questo senso, ad un corpo relazionale.

In quanto prodotto di numerosi processi sociali e culturali, però, il corpo produce inevitabilmente degli effetti nel suo contesto, influenzandolo a sua volta. Il termine

'incorporazione' (Faccio, 2007) indica questa doppia valenza processuale del corpo sociale, che esiste in quanto effetto del contesto ma allo stesso tempo finisce per creare delle forme culturali entro le quali si manifesta. Non può quindi essere considerato il corpo separatamente dai fenomeni culturali in cui è inserito e che esso produce, i quali vanno intesi a questo punto anche come fenomeni corporei di senso condiviso.

Spostiamo ora leggermente l'attenzione, focalizzandoci sulle implicazioni che tale processo ha sul singolo individuo. Il significato che viene socialmente attribuito al nostro corpo, infatti, assume per la persona una forma di riconoscimento identitario, una certificazione di esistenza ottenuta dallo sguardo dell'altro. In altre parole, l'identità corporea non corrisponde precisamente al corpo somatico, ma risiede in parte nel riconoscimento che ne viene fatto dall'esterno. Questo doppio sguardo di conferma – il proprio e quello altrui – definisce così il senso dell'identità personale.

Il modo in cui ciascuno di noi osserva il proprio corpo, e di conseguenza il modo in cui esso appare ai nostri occhi, generano differenti immagini corporee. Queste, però, comprendono diversi elementi non soltanto percettivi (si parla in questo caso dello schema corporeo), ma anche e soprattutto cognitivi, emotivi ed affettivi, caratterizzati inevitabilmente da un'intenzionalità legata a come il corpo viene personalmente esperito. La costante esperienza del proprio corpo, inoltre, pone l'essere umano in una condizione che fluttua costantemente tra la sensazione di 'avere' e quella di 'essere' un corpo (ibidem); ciò comporta una corrispondenza del corpo percepito con il corpo che percepisce, rendendolo magicamente oggetto e al contempo soggetto della percezione. Il medesimo processo si verifica inevitabilmente ogniqualvolta viene realizzato un autoritratto. Una persona che decide di scattarsi una fotografia, ad esempio, utilizza intenzionalmente il proprio corpo per agire sullo strumento fotografico, al fine di creare un'immagine che lo rappresenti dall'esterno. In un certo senso, in questo caso, il corpo è 'posizionato' sia dietro all'obiettivo che davanti ad esso; in maniera simile, l'individuo percepisce il proprio corpo e contemporaneamente in esso abita e agisce.

A tal proposito, risulta evidente come la conoscenza del corpo attraverso un approccio oggettivo – che lo consideri nella sua accezione di entità biologica – non possa in alcun modo coincidere con la conoscenza di esso in quanto corpo soggettivamente esperito. In termini fenomenologici, perciò, il corpo non può considerarsi effettivamente conoscibile. Non trattandosi di un oggetto, non è possibile averne un'immagine fedele e completa; l'immagine corporea muta continuamente, si auto-genera sulla base delle categorie concettuali dell'individuo e del suo sistema normativo e valoriale. In altre parole, il modo in cui ciascuno rappresenta il proprio corpo dipende non tanto da elementi oggettivi – come la propria fisicità – quanto piuttosto dalla modalità soggettiva di percepirsi che si genera in relazione alle svariate influenze del contesto – ad esempio, i significati sociali attribuiti al corpo stesso, le prescrizioni di ruolo, i canoni corporei ed estetici, eccetera (ibidem).

Tali implicazioni sociali – già molteplici e complesse – che ruotano intorno all'immagine di sé, sembrano aver raggiunto l'apice della loro complessità nella società moderna; l'invasione delle immagini digitali, come si è precedentemente accennato, ha portato ad una sempre maggiore attenzione verso l'aspetto esteriore e la fisicità delle persone, a discapito delle altre informazioni personali, ottenendo come risultato quello di alimentare – talvolta fino all'estremo – i processi che investono la sfera dell'immagine corporea, aumentando notevolmente la frequenza dei disagi ad essa collegati. Il corpo torna ad essere considerato, in definitiva, un 'oggetto' – o peggio, in alcuni casi, l'oggetto del proprio malessere.

Volendo fare un rapido accenno al contributo di Foucault (1976) sulla questione,

prendiamo le considerazioni dell'Autore a proposito delle diverse pratiche di origine sociale che egli identifica come oggettivanti nei confronti delle persone e dei loro corpi. Contestualmente a tali pratiche – molto diffuse all'interno della società occidentale – le persone finiscono per essere oggettivate e, di conseguenza, indotte a relazionarsi con se stesse e con il loro corpo proprio come se fossero degli oggetti. Attualizzando il discorso di Foucault, si può senza dubbio affermare che buona parte di quanto trattato finora – dall'uso mediatico dell'immagine, alla condivisione di fotografie sui social network, alla moda dei selfie – ricada nell'insieme delle suddette pratiche, influenzando il modo in cui l'individuo si rapporta agli altri, a se stesso e al proprio corpo.

4. L'autoritratto: un fenomeno multiforme

Storicamente, l'analisi delle differenti forme di autoritratto è stata affrontata da diversi studiosi principalmente sulla base di teorie che appartengono alle prospettive della psicologia dinamica; la scelta predominante di tale approccio al tema è generalmente imputabile all'affinità che intercorre fra il mondo dell'inconscio, descritto suggestivamente dalla psicoanalisi, e il sentire dell'artista, il cui mondo interiore è altrettanto ricco di suggestioni, espresse attraverso le sue opere. Nell'accostarci alla questione dell'autoritratto, perciò, entriamo talvolta in collisione con un certo genere di linguaggio, che fa riferimento a posizioni teoriche e ad autori ben lontani dalla prospettiva del presente lavoro. Il tentativo del seguente capitolo, quindi, consiste nell'esaminare la tematica a partire anche – ma non solo – dal contributo di alcuni autori che osservano il mondo attraverso lenti concettuali molto differenti dalle nostre, affrancandoci poi da tali ottiche ma, al contempo, prendendo da esse spunto per una riflessione sull'argomento. L'impresa sarà perciò anche quella di tradurre questi contenuti, talvolta espressi con il linguaggio della psicologia dinamica, declinandoli in modo tale da poter applicare un discorso interazionista al fenomeno dell'autoritratto.

Si prenda, come punto di partenza, la questione corporea già delineata nelle pagine precedenti. Dalla tendenza a considerare il corpo come un oggetto ne consegue, quasi inevitabilmente, un'accentuazione della consapevolezza rispetto alla sua caducità. L'autoritratto, consentendo all'individuo la realizzazione di un'immagine che lo raffigura, può così rappresentare un'opportunità di sopravvivenza alla mortalità del corpo: attraverso questo 'doppio fotografico', viene infatti superata la paura della morte (Ferrari, 1998). Volendo declinare quanto detto in altri termini, consideriamo nuovamente il contesto delle società moderne, governate dal ruolo predominante dell'immagine, soprattutto l'immagine del corpo – corpo che però decade e invecchia – del quale può essere preservata la giovinezza grazie alle fotografie che diventano uno specchio – presente e futuro – per la nostra identità corporea; lo sforzo quotidiano che impegna ciascun individuo nel tentativo di presentare un'immagine di sé che risulti sempre al meglio (rispecchiando il sistema di significati e di valori proprio del contesto) può portare, in questo senso, alla ricerca nell'immagine fotografica di uno stratagemma per non soccombere all'inevitabile decadimento del corpo, reificando per mezzo di essa la propria attuale identità corporea e preservandola nella memoria.

Di maggior rilievo è la questione del corpo inteso come principale soggetto/oggetto di attenzione durante la pratica dell'autoritratto, che va sempre considerato nella sua doppia posizione di corpo ritratto (oggetto) e di corpo ritraente (soggetto). La persona che intenzionalmente si adopera per produrre una rappresentazione visiva di sé, infatti, compie una serie di azioni che implicano l'uso del corpo – il tratteggiare della matita, lo scorrere del pennello, il posizionamento della fotocamera e la pressione sul pulsante di scatto sono tutte manovre che necessitano di movimenti corporei. Ma si tratta pur sempre dello stesso corpo che la persona sta cercando di immortalare.

Secondo ciò che afferma Merleau-Ponty (2003a) il corpo non può in alcun modo

essere osservato da se stesso, ad esclusione delle sue parti posizionate lontane dalla testa; esso non può, inoltre, nemmeno essere considerato a pieno titolo un 'oggetto', in quanto costantemente 'soggetto' che percepisce se stesso. Come risolvere quindi una tale situazione di impasse? A tal riguardo, scrive Giuffredi (2014): "L'apparecchio fotografico farebbe insomma parte di quegli strumenti-protesi che l'uomo utilizza per estendere le capacità sia del proprio corpo che della propria psiche [...]; con la fotografia, per la prima volta nella storia delle immagini, ognuno di noi può diventare se non padrone, almeno produttore sia delle proprie immagini (e nel caso dell'autoritratto anche dell'immagine di sé), sia, e ancor prima, del proprio modo di vedere" (ibidem, pp. 4-5). L'Autore sembra così proporre una soluzione concettuale all'annosa questione del corpo soggetto/oggetto. L'impressione generale riguardo a tale funzione di 'protesi' può essere riscontrata se si pensa, ad esempio, ai numerosi autoritratti prodotti da diversi famosi artisti, posizionati di fronte allo specchio insieme al proprio apparecchio fotografico. Ad ogni modo, già Merleau-Ponty (2003a) si era precedentemente riferito all'apparecchio in questione come a ben più di una semplice protesi, definendolo piuttosto come un'appendice del corpo, un'estensione attiva della sintesi corporea.

L'impossibilità per il corpo di vedere se stesso nella sua interezza, ad una prima superficiale riflessione, potrebbe considerarsi un limite risolvibile proprio grazie alla pratica dell'autoritratto. Il fatto di poter essere contemporaneamente visti e vedenti, però, è solamente un'illusione. Persino eseguendo un autoscatto – parafrasando Giuffredi (2014) – la percezione che possiamo avere del nostro corpo è affidata allo strumento e alla sua imprevedibilità; si tratta, infatti, di un'esperienza percettiva indiretta caratterizzata da un certo grado di certezza – la fotografia ha immortalato ciò che è stato – e insieme da una componente di incertezza – relativa a 'cosa' è stato immortalato nel preciso istante dello scatto. Lo stesso Barthes (1980) si interroga sulla certezza dell'immagine fotografica – ciò che è stato – e sul suo rapporto con l'elemento di incertezza – come ciò che è stato si colloca rispetto alla percezione di me stesso che avevo, appunto, nell'istante dello scatto. Molto spesso, tra le due parti non esiste alcuna coincidenza. Tale aspetto di imprevedibilità della fotografia (Tisseron, 1986) ne mette in risalto il carattere perturbante; ancor più nel caso degli autoritratti, considerando il procedimento per la loro realizzazione. Perciò, riprendendo il pensiero di Merleau-Ponty (2003b), i limiti imposti al corpo nella percezione di se stesso riguardano tanto l'impossibilità di vedersi così come viene visto e osservato dagli altri, quanto la percezione delle immagini che lo rappresentano visivamente. Non potendo in nessun caso vederci nella stessa maniera in cui le altre persone ci vedono, comunque, l'unica alternativa che abbiamo è quella di fare riferimento alle immagini di noi stessi mediate dallo specchio – in cui possiamo osservarci anche in movimento – o dalle fotografie – caratterizzate invece dall'immobilità. Nonostante il primo possa restituirci una rappresentazione in movimento del nostro corpo, la sua aderenza al referente finisce tuttavia per renderlo uno strumento dalle possibilità limitate; la fotografia invece, pur presentando anch'essa dei vincoli, è in grado di restituire – almeno parzialmente – quell'intenzionalità, quel desiderio, propri dell'immagine mentale. In ogni caso, si tratta sempre di immagini che non permettono in alcun modo di cogliere quella certezza gestaltica più facilmente osservabile dal punto di vista di un corpo esterno (Giuffredi, 2014). Oltre a ciò, si consideri che lo specchio può fornirci solamente un'immagine rovesciata di noi stessi, ben diversa cioè da come ogni altro ci percepisce, ma alla quale finiamo inevitabilmente per abituarci; otteniamo invece un raddrizzamento di tale immagine grazie alla fotografia, che ci offre la prospettiva visiva altrui. La possibilità di osservarsi attraverso questa correzione di prospettiva può portare ad inattesi effetti di alienazione (similmente a quanto accade quando ci capita di ascoltare la nostra voce

registrata) interferendo con la capacità di riconoscerci pienamente nelle immagini che ci raffigurano. Un'alternativa a tale ambivalenza perturbante potrebbe essere rappresentata dall'autoritratto, poiché “anche quando ci troviamo faccia a faccia con la macchina fotografica, c'è sempre un terzo elemento che la fa scattare al momento giusto. Questo terzo elemento è [...] il nostro desiderio dell'altro [...]. In nessun'altra pratica come in quella dell'autoritratto fotografico è così presente colui che ci guarda, lo spettatore a cui inevitabilmente pensiamo sia quando scattiamo sia quando scegliamo la fotografia. Questo terzo elemento è ciò che ci permette di vedere noi stessi, di auto-osservarci [...]. L'autoritratto ci rende temporaneamente ciechi, d'altra parte l'altro, o meglio il nostro desiderio dell'altro, diventa il nostro bastone.” (ibidem, p. 39). Il pensiero di Giuffredi, una volta considerato in assenza di quegli elementi psicodinamici che lo renderebbero incompatibile con la visione proposta nel presente lavoro, sembra così offrire sorprendentemente delle comunanze con la prospettiva interazionista al tema della fotografia – già analizzata e discussa nel mio precedente articolo (Bordin, 2018).

Sempre secondo Giuffredi (2014), nonostante il 'doppio fotografico' possa condurre ad una sorta di alienazione, esso può al contempo rappresentare lo strumento adatto per superare una tale esperienza alienante. L'Autore ipotizza che l'immagine fotografica possa restituire, ancor più dell'immagine mentale, la complessità dell'individuo; vanno intesi, in questo caso, la fotografia e l'autoritratto, come un'opportunità per andare oltre all'evidenza della somiglianza: come mezzi che permettano, in altre parole, di mostrare ciò si vorrebbe o che si avrebbe voluto essere, superando l'oggettività imposta dal proprio aspetto fisico. L'immagine fotografica, perciò, diventerebbe – adattando l'evocativa metafora proposta da Tisseron (1996) – uno speciale 'specchio' nel quale poter riflettere il proprio sguardo più in profondità, per riuscire ad osservare da un punto di vista esterno ciò che aspiriamo ad essere. C'è da considerare, naturalmente, come in questo sguardo intenzionale entrino in gioco i numerosi processi anticipatori e interpretativi che caratterizzano ogni contesto interattivo. Riprendendo quanto scritto precedentemente, infatti, si ricorda che anche l'autoscatto implica un'interazione con una o più persone le quali, seppur immaginate, attivano quei processi di attribuzione finalizzati ad orientare le diverse strategie predisposte ad offrire una precisa immagine di sé – nel caso specifico, un'immagine fotografica. Quanto detto non toglie il fatto che, nonostante la necessaria presenza dell'altro anche in pratiche solitarie come quella dell'autoritratto, quest'ultimo possa costituire un'utile strumento di dialogo con se stessi e con il proprio sguardo intenzionale. Ciò vale tanto nella ricerca quotidiana della propria identità personale, quanto per il lavoro svolto nel contesto di una psicoterapia.

Prima di addentrarci nella questione, ritengo però necessario distinguere tra loro le differenti forme di autoritratto. La macro suddivisione che vorrei di seguito proporre è quella tra l'autoritratto inteso come forma di espressione artistica, psicologica o terapeutica e le moderne autorappresentazioni di sé finalizzate invece ad una condivisione più superficiale della propria immagine. Ci sono perciò da una parte i selfie, il cui principale scopo è quello di rappresentarci fedelmente o, in molti casi, nella maniera in cui vorremmo apparire. L'esibizione di tali immagini e la loro condivisione sui social network è finalizzata ad ottenere una gratificazione immediata – ma effimera – tramite l'approvazione dell'altro; si tratta, in un certo modo, di una forma di esistenza riflessa, vincolata allo spettatore – se nessuno ci vede, non esistiamo – e ai canoni normativi, fisici ed estetici socialmente approvati e condivisi. La produzione di queste immagini è rapida ed automatica, così come risulta facile ed istantanea la soddisfazione che ne deriva, legata unicamente alla loro esposizione piuttosto che al processo di realizzazione. Dall'altro lato, invece, si consideri l'autoritratto nella sua accezione più complessa, il cui scopo consiste nel generare un'immagine di noi stessi

che rappresenti non solo ciò che siamo, ma anche ciò che sentiamo di essere o che vorremmo essere. È chiaramente implicata, in questo caso, una comunicazione più profonda, nel tentativo di rappresentarsi non solo a livello fisico e corporeo, ma anche e soprattutto attraverso l'espressione di aspetti emotivi, psicologici, spirituali o artistici. Questo tipo di autoritratto viene generalmente realizzato per se stessi, non solamente per l'altro – che è comunque presente, in quanto ogni immagine presuppone un osservatore, reale o immaginato che sia; il processo creativo è più lento, è studiato; può esserci soddisfazione anche durante la realizzazione, ancor prima dell'esposizione (che non è di fatto necessaria), di conseguenza la gratificazione risulta in buona parte svincolata dallo spettatore.

Si potrebbe affermare in altri termini che, mentre i selfie – considerati in rappresentanza di una particolare categoria di immagini – sono improntati alla condivisione di contenuti, lasciando i processi agire sotterranei, l'autoritratto consente all'autore di comunicare non soltanto i contenuti, ma anche i processi e i significati retrostanti. Quanto finora descritto, chiaramente, non è altro che una generalizzazione proposta unicamente a livello concettuale e priva di connotazioni valoriali; di fatto, nell'approccio pragmatico, è il modo in cui lo strumento viene utilizzato – e quindi la sua funzionalità legata all'intenzione dell'attore – a definirne l'appartenenza ad una categoria o all'altra. Anche un selfie, ad esempio, può rappresentare una forma di autoritratto terapeutico se i processi creativi appaiono orientati in quella direzione, nonostante la parola scelta – contestualmente o persino strategicamente – per riferirsi ad esso.

È comunque interessante notare come tali considerazioni siano sostenute anche dal pensiero di una fotografa, una figura perciò ben lontana dai discorsi che avvengono tra i professionisti dell'ambito psicologico. Secondo Cusano (2010), sottraendo spessore intellettuale ed emotivo all'autoritratto – limitandosi cioè a ricercarne una gradevolezza puramente estetica – si rimane legati all'idea che di noi hanno gli altri, privandosi così della possibilità di esprimere ciò noi pensiamo di noi stessi; si finisce quindi per assegnare all'autoritratto il solo scopo di mostrarci all'altro, inducendo a porsi di fronte all'obiettivo della macchina fotografica in uno sterile atteggiamento di posa. A tal proposito, appaiono suggestive le parole di Barthes: “non appena io mi sento guardato dall'obiettivo, tutto cambia: mi metto in atteggiamento di ‘posa’, mi fabbrico istantaneamente un altro corpo, mi trasformo anticipatamente in immagine. Questa trasformazione è attiva: io sento che la Fotografia crea o mortifica a suo piacimento il mio corpo” (Barthes, 1980, p. 12). Il tema della posa, qui solamente accennato, è chiaramente ben più complesso e meritevole di ulteriore spazio argomentativo; la questione, comunque, è stata ampiamente discussa nel mio precedente lavoro (Bordin, 2018).

Proseguendo il discorso, si consideri ora come occuparsi dell'autoritratto da un punto di vista psicologico sia ben diverso che occuparsene da un punto di vista artistico. Ciò non toglie, però, che questi due modi di farne esperienza possano spesso coincidere. Come premessa per quanto segue, si riportano ancora una volta le parole di Barthes: “La foto-ritratto è un campo chiuso di forze. Quattro immaginari vi s'incontrano, vi si affrontano, vi si deformano. Davanti all'obiettivo, io sono contemporaneamente: quello che io credo di essere, quello che vorrei si creda io sia, quello che il fotografo crede io sia, e quello di cui egli si serve per far mostra della sua arte” (Barthes, 1980, p. 15). Nelle pratiche di autoraffigurazione, tali posizioni finiscono inevitabilmente per sovrapporsi tra loro. Sostiene Cusano (2010), in veste di fotografa professionista, che l'esercizio dell'autoritratto possa talvolta coincidere con la performance artistica proprio grazie all'interazione creativa fra tre componenti fondamentali: si riferisce ad autore, soggetto e spettatore – quelli che Barthes chiama, nel suo lavoro, *operator*, *spectrum* e

spectator. Lo stesso individuo, nelle diverse fasi dell'esperienza creativa, passa infatti dalla posizione di autore a quella di soggetto (oggetto) e infine di primo fruitore dell'opera. In linea con tale prospettiva si trova De Gregorio, la quale scrive che "anche nell'autoritratto l'oggetto coincide col soggetto dell'azione. Il fotografo scatta una foto a se stesso: è soggetto, oggetto e in prima battuta anche pubblico. Scatta a se stesso, vede l'immagine, scarta, sceglie, migliora" (De Gregorio, 2017, p. 14).

L'autoritratto, in conclusione, può essere concepito come uno strumento attraverso il quale le persone danno un corpo e un volto alla loro identità – anzi, alle loro molteplici identità, che corrispondono alle differenti versioni di sé offerte al mondo; può essere inteso, inoltre, come espressione del bisogno umano di rappresentare se stesso, nonostante risulti molto spesso una scarsa coincidenza tra l'identità dell'individuo e l'immagine che tenta di rappresentarla (Ferrari, 1998). Considerando quindi l'immagine come un mezzo che in un certo senso dà una forma all'identità, si può parlare a questo punto di processi narrativi. Così come i diversi contesti interattivi e i diversi ruoli che ciascuno assume danno vita a differenti sé, allo stesso modo i processi narrativi finiscono per generare differenti identità; lo stesso discorso vale per le molteplici immagini di sé che l'individuo offre al mondo. Semplicemente raccontando qualcosa di noi stessi – anche attraverso l'uso di autoritratti – subiamo una sorta di distacco da noi stessi, ci osserviamo dall'esterno e ci reinventiamo, trasformandoci in altri 'personaggi' che in qualche maniera ci somigliano, ma che non ci corrispondono pienamente (Demetrio, 1996). Ancora una volta, si rimanda al mio precedente lavoro per un ulteriore e adeguato approfondimento sulla questione (Bordin, 2018).

Qual è, in definitiva, lo scopo ultimo dell'autoritratto? Si potrebbe affermare che esso consista in un continuo tentativo di confermare e dimostrare la propria identità attraverso le immagini di sé che la fotografia in un certo senso concretizza, rendendole visivamente disponibili. L'illusione rimane, finché non si viene colti dalla consapevolezza che nemmeno l'apparecchio fotografico è in grado di rappresentarci veramente: è sempre e soltanto una visione soggettiva. Tale consapevolezza, tuttavia, può indurre a svincolarsi dall'infruttuosa ricerca di una fedeltà fisiognomica – di un'inutile oggettività – nelle immagini, per concentrare invece le proprie energie sulla ricerca dei significati e delle possibilità in esse rappresentati (Giuffredi, 2014; Tisseron, 1986). Possibilità, queste, che saranno esplorate nell'ultima parte del testo, insieme ad alcune tra le diverse modalità con cui poter sfruttare la tecnica dell'autoritratto come esercizio psicologico, anche nel contesto della psicoterapia.

5. La pratica clinica: risvolti applicativi del ritratto e dell'autoritratto

Le argomentazioni finora esposte, in particolare quelle più recenti, permettono di fare a questo punto una considerazione. Ciò che rende l'autoritratto una pratica terapeutica è il significato ad esso attribuito; non si tratta quindi né dell'atto autoraffigurativo in sé, né tanto meno del suo prodotto. A definire il contesto come terapeutico, ancora una volta, non è il contenuto, bensì il processo. Questa è la nostra premessa.

Si possono distinguere diverse tipologie di tecniche psicologiche basate sulla fotografia. Si parla di FotoTerapia ogniqualvolta sia implicata una progettualità terapeutica che richiede l'intervento di un professionista; la fotografia terapeutica, invece, consiste in un insieme di esercizi che l'individuo può svolgere in autonomia, senza che sia necessario il coinvolgimento dello psicoterapeuta. Questi esercizi hanno come finalità principale la promozione della consapevolezza e della conoscenza di sé; in tal modo si può ottenere un cambiamento sociale positivo, sfruttando la fotografia come mezzo di apprendimento. È importante considerare come queste differenti pratiche non si pongano in antitesi tra loro; al contrario, si posizionano ai due estremi di un continuum: da una parte la FotoTerapia implica l'utilizzo delle immagini durante il

percorso di terapia, dall'altra la fotografia terapeutica prevede l'uso delle foto come terapia stessa; nel mezzo, si possono cogliere diversi punti di sovrapposizione che offrono l'occasione per l'utilizzo combinato dei due metodi (Weiser, 2010). L'autoritratto, inteso come produzione artistica e introspettiva, può essere senz'altro incluso nella categoria degli esercizi di fotografia terapeutica. Più specifiche sono invece le pratiche attinenti al campo della FotoTerapia: è di queste che tratteremo nelle prossime pagine. In linea con quanto detto, si presenta a seguire un'analisi di alcune tecniche di FotoTerapia proposte da Weiser, una psicologa americana che da lungo tempo si occupa delle varie potenzialità offerte dal mezzo fotografico nell'ambito terapeutico. La stessa Autrice sostiene infatti, come da premessa, che l'importanza delle foto non risieda solamente nei loro contenuti visivi, ma anche e soprattutto in ciò che accade nel momento in cui le si osserva – quando cioè si interagisce con loro – e nel significato che tale interazione genera.

Il tipo di immagini fotografiche e le relative tecniche di FotoTerapia delineate da Weiser vengono suddivise dall'autrice stessa in cinque categorie; ciascuna di esse corrisponde ad una particolare modalità con cui l'individuo può relazionarsi alla macchina fotografica. Va tuttavia sottolineato come queste possano essere utilizzate in combinazione tra loro o abbinate ad altre tecniche di diverso genere sulla base di ciò che la situazione esige, dell'obiettivo o delle preferenze del terapeuta – persino della sua impostazione teorica – producendo in tal maniera dei risultati anche migliori. Pur essendo diversificate nella loro declinazione, infatti, le varie tecniche appaiono interdipendenti e possono essere quindi usate in modo sinergico, secondo l'ordine e la modalità che si dimostrano più efficaci o più congeniali al processo interattivo in atto (ibidem). Ognuna delle categorie proposte, comunque, presenta i suoi limiti oltre che i suoi benefici; sarà quindi compito del professionista quello di scegliere la strategia più adatta per poterne sfruttare appieno il potenziale.

La presentazione dei cinque gruppi di tecniche a seguire fa riferimento agli articoli di Weiser (2004; 2008; 2010). Nello specifico, ci si soffermerà nelle prossime pagine sulle diverse possibili modalità di utilizzo del ritratto e dell'autoritratto fotografici e sulle loro varie implicazioni. Fanno parte della prima categoria le tecniche che permettono di adoperare le fotografie scattate o create dal cliente – per mezzo di un apparecchio fotografico – o le immagini da lui 'prese in prestito' ed eventualmente rielaborate – da riviste, libri, internet, eccetera. Considerando il tema del presente lavoro, si può facilmente ritenere questo genere di immagini non molto pertinente alla questione dell'autoritratto. Si consideri allora, inoltre, che “ogni foto che una persona scatta o conserva è anche un tipo di autoritratto” (Weiser, 2008, p. 1) poiché “ogni sguardo è un autoritratto, ma soprattutto è il ritratto di una cultura” (Le Breton, 2007, p. 67). Un breve accenno va fatto, a questo proposito, riguardo alla tecnica denominata 'auto-photography' (Ziller, 1990), conosciuta soprattutto per l'utilizzo che ne è stato fatto nel campo della ricerca psicologica. Essa consiste nel fornire all'individuo lo strumento fotografico, permettendogli di dirigere la propria attenzione verso il mondo esterno e di selezionare autonomamente e attivamente i soggetti da immortalare; è così possibile, in un certo modo, osservare la realtà attraverso i suoi occhi – attraverso le foto da lui prodotte (Dollinger, Clancy, 1993). Se ogni sguardo è un autoritratto, quindi, ogni immagine creata può nascondere in sé una parte della propria soggettività o, riprendendo le parole di Le Breton citate poc'anzi, della propria cultura; ciò può essere riscontrato dalla lettura dell'articolo di Noland (2006) in cui viene descritta l'applicazione di tale tecnica ad una ricerca condotta su un gruppo di donne indiane, seguita da un'interessante analisi dei risultati. Questo metodo, comunque, può essere proposto efficacemente anche nell'ambito dell'intervento psicoterapeutico. Disporre di immagini realizzate dalla persona stessa, infatti, ci offre l'opportunità di porre domande mirate

all'introspezione (Castellaneta, 2009); questi interrogativi, all'interno del contesto relazionale della terapia, ci consentono di indagare rispetto all'intenzionalità e al sistema valoriale del cliente, che lo hanno spinto a scegliere di mostrarci – fotografandolo – un particolare soggetto, un particolare aspetto della realtà. Sempre tenendo a mente la metafora similmente proposta da Le Breton e da Weiser.

Nel secondo gruppo di tecniche sono inclusi i ritratti dell'individuo scattati da altre persone; questi comprendono sia le foto in cui il cliente è volutamente in posa, sia quelle che lo ritraggono in atteggiamenti spontanei, quando cioè non è consapevole di essere inquadrato. In entrambi i casi, è l'altro – colui che sta dietro all'obiettivo – a selezionare e produrre il contenuto dell'immagine. Il vantaggio offerto dall'analisi di questa tipologia di immagini consiste proprio nella scarsa possibilità di controllo e di scelta che può esercitare il cliente nella loro creazione. Tale affermazione sembra andare nella direzione opposta rispetto alla prima tecnica descritta. Per capire meglio cosa si intende, vanno fatte alcune considerazioni. Innanzitutto, l'osservazione di una nostra fotografia realizzata da qualcun altro è in grado molto spesso di mostrarci i diversi modi in cui gli altri ci vedono (oltre a mostrarci come appare il nostro volto senza l'effetto di inversione dello specchio); in un certo senso, quindi, ci permette di osservare noi stessi attraverso lo sguardo altrui. Ciò consente di fare un ulteriore passaggio: guardando le nostre immagini, possiamo provare a cogliere tutta una serie di informazioni che siamo soliti comunicare visivamente ai nostri interlocutori e a chiunque ci osservi, senza però esserne consapevoli; è inevitabile che tali informazioni influenzino l'altrui modo di percepirci, modificando conseguentemente anche l'altrui comportamento nell'interazione (Weiser, 2010). Questo processo include il soggetto fotografato nel suo ruolo attivo, poiché sappiamo che porsi in atteggiamento di posa – si tratti di una fotografia o semplicemente di un tentativo di generare una certa impressione – implica un'intenzionalità mirata a presentare un'immagine di sé piuttosto che un'altra, sulla base di anticipazioni e interpretazioni contestualmente determinate. In altre parole, quando la persona si mette in posa per una foto ha sempre un'idea precisa di come vuole apparire nell'immagine finale e, allo stesso modo, nella vita reale. Per un approfondimento sulla questione, rimando nuovamente al mio precedente lavoro (Bordin, 2018). Tornando al punto, risulta molto efficace a livello terapeutico l'osservazione – la scoperta – di un altro sé, diverso da quello che ci si aspettava di mostrare; sovente, la risposta dei clienti di fronte a questa 'rivelazione' è una reazione di sorpresa. Appare utile in questo senso procedere al confronto tra le foto in cui il soggetto è in posa e quelle che invece lo ritraggono nella sua spontaneità; un paragone altrettanto utile può essere eseguito tra le varie foto che sono state scattate da diverse persone: un'ulteriore analisi in questa direzione permetterebbe infatti di notare le differenti percezioni che si possono avere dello stesso individuo, mettendo al contempo in evidenza le peculiarità di ciascuna relazione intrattenuta dal cliente stesso con i suoi 'fotografi' (Weiser, 2010). Quest'ultima affermazione implica la considerazione dei numerosi processi messi in moto all'interno del campo interattivo che coinvolge le due persone – quella che sta dietro all'obiettivo e quella che ci sta davanti – conferendo un certo potere a chi detiene l'apparecchio fotografico; il suo sguardo intenzionale, attraverso il mirino della fotocamera, è ciò che rende il soggetto dell'immagine finale pregno di significato (Bordin, 2018).

Gli autoritratti, intesi come ogni genere di fotografia di se stessi che è possibile realizzare (sia quindi letteralmente che metaforicamente), sono i protagonisti delle tecniche appartenenti alla terza categoria. L'elemento comune di queste immagini consiste nel pieno controllo dell'individuo stesso sull'intero processo creativo. A differenza di qualsiasi foto scattata da altri, l'autoritratto – in quanto privo di interferenze esterne – permette innanzitutto di cogliere l'essenzialità della persona nel

momento in cui non c'è nessuno ad osservarla; esclusa se stessa, naturalmente. Infatti, il vero potenziale delle tecniche che sfruttano l'autoritratto con finalità terapeutiche risiede proprio nell'opportunità di osservare la nostra stessa immagine e di focalizzare l'attenzione su specifici aspetti di sé, evitando al contempo che subentrino in tale processo dei condizionamenti esterni (Weiser, 2010). Ovviamente, non ci si può aspettare una totale assenza di condizionamenti, nemmeno arginando il più possibile i diversi fattori di 'disturbo' che provengono dal contesto; ciascun individuo è di fatto influenzato da quell'insieme di processi relazionali, sociali e culturali propri della sua cultura di appartenenza, dai quali non è mai possibile svincolarsi pienamente. Si ricordino ancora una volta le parole del già citato antropologo francese, secondo cui "ogni sguardo è un autoritratto, ma soprattutto è il ritratto di una cultura" (Le Breton, 2007, p. 67). Ad ogni modo, gli autoritratti possono rappresentare la forma più potente di immagine, se si intende quest'ultima come strumento utilizzabile nel contesto della psicoterapia. Escludendo infatti per quanto possibile l'intrusione di elementi esterni, il cliente può essere guidato in un confronto non-verbale con se stesso – una sorta di dialogo fotografico con il proprio sé – la cui efficacia sta proprio nell'immediatezza con cui si attivano i diversi processi di elaborazione emotiva; non è infatti applicabile una razionalizzazione difensiva che lo deresponsabilizzi, poiché egli si trova a fronteggiare solamente la propria immagine (Weiser, 2010). Tuttavia, non bisogna sottovalutare l'immancabile presenza dell'altro persino in una forma di fotografia come questa, che spesso si illude di avere a che fare esclusivamente con il soggetto immortalato, posizionato sia davanti che dietro all'obiettivo. Come già anticipato in precedenza, ogni ritratto presuppone, nell'atteggiamento di posa, un'intenzionalità rivolta allo sguardo dell'altro; nemmeno l'autoritratto è in grado di sottrarsi a tale processo.

Diversi sono i modi in cui le persone forniscono un autoritratto – portando al colloquio alcune foto scattate in precedenza, ad esempio, o realizzandolo direttamente nello spazio della terapia; in certi casi, è il terapeuta che di sua iniziativa può decidere di assegnarne come compito la realizzazione, con la finalità strategica di promuovere nell'altro una particolare esperienza di sé, attivando la dimensione del 'come se' tramite il medium dell'immagine fotografica (discorso, questo, che sarà ripreso più avanti). In ogni caso, l'autoritratto costituisce sempre un'occasione per scendere in profondità, dialogando con se stessi alla ricerca di un'immagine di sé più chiara e definita.

Passando alla successiva categoria di tecniche, consideriamo adesso tutte quelle fotografie che appartengono alla raccolta personale del cliente. Weiser utilizza l'espressione 'album di famiglia', riferendosi in maniera allargata anche ad altri generi di raccolte biografiche di immagini, conservate dall'individuo allo scopo di documentare e rappresentare le narrazioni sulla propria storia di vita e sulle proprie origini. Questo tipo di fotografie racchiude diverse potenzialità che opportunamente sfruttate possono costituire uno strumento molto utile per lo psicoterapeuta. Innanzitutto, sono spesso presenti negli album sia foto scattate direttamente dal cliente, sia foto scattate al cliente dalle altre persone, sia autoscatti: ciò permette quindi al professionista di utilizzare in aggiunta le differenti tecniche relative a ciascun genere di immagine finora descritto. Inoltre, ogni raccolta rappresenta molto più che una serie di singole foto: il risultato è sempre quello di una sequenza di immagini che racconta qualcosa della vita dell'individuo. Prese collettivamente, tali immagini configurano le sue storie, mostrano visivamente dove egli è stato – sia fisicamente che emotivamente – e dove probabilmente è diretto. Si ha perciò la possibilità di indagare le varie narrazioni di sé che egli costruisce attraverso il processo di selezione e conservazione delle fotografie. Ad ogni modo, va ricordato che tra le pagine di questi album figurano anche i momenti, i luoghi e gli altri significativi, che fanno emergere durante il processo di osservazione e di narrazione le tematiche ricorrenti nella storia del cliente. Le foto autobiografiche

rappresentano quindi non soltanto la persona, ma piuttosto la persona nei suoi differenti contesti di vita e sistemi relazionali, mettendo in luce le sue modalità di rapportarsi ad essi – e di conseguenza il modo in cui essi definiscono la persona. In questo senso, tali 'album di famiglia' possono costituire per l'individuo il fondamento della propria identità (Weiser, 2008; 2010). Chiedere a qualcuno di mostrarci le sue foto, descrivendocelo, consente di attivare rapidamente un processo di rievocazione che stimoli al contempo la produzione di un racconto autobiografico; ciò può essere utilizzato dal terapeuta per promuovere nel cliente una ridefinizione identitaria, grazie all'inclusione nel racconto di elementi interpretativi che vadano oltre al contenuto delle immagini stesse (Castellaneta, 2009).

Oltre alla capacità di rievocare i diversi momenti di vita, le fotografie hanno il potere di rafforzare i ricordi, aiutando le persone a preservarli insieme alla loro esperienza degli eventi. La funzione primaria degli album di famiglia è proprio questa. Si consideri infatti come l'osservazione delle immagini permetta non solo di ricordare l'episodio in esse raffigurato, ma di richiamare al contempo altri ricordi associati a tale circostanza, pur non essendo questi in alcun modo rappresentati (Giuffredi, 2014). In aggiunta, si può molto rapidamente accennare all'opportunità che le foto di famiglia ci offrono come mezzo ausiliario della nostra memoria per le situazioni a cui non abbiamo assistito o delle quali non abbiamo un ricordo (Tisseron, 1986); fornendoci, in altre parole, un supporto visivo a quei significati che ci appartengono pur riferendoci ad una realtà di cui non abbiamo alcuna memoria o esperienza diretta, ma solamente delle narrazioni (si pensi, ad esempio, al racconto della nostra nascita o alla storia di famiglia).

L'ultima categoria di tecniche fototerapiche descritte da Weiser include l'uso delle cosiddette 'foto-proiettive' e si basa sul principio secondo cui il significato di ciascuna foto viene generato direttamente dall'individuo nel momento stesso in cui la osserva o la realizza; tale principio risulta ampiamente condivisibile dalla prospettiva interazionista – come già discusso esaustivamente nel precedente lavoro (Bordin, 2018) – nonostante la scelta da parte dell'Autrice del termine 'proiettive' possa suonare particolarmente filo-dinamica. Tuttavia, per non divagare eccessivamente dal tema principale, si è deciso di dare per assodata la questione e di non approfondire in questa sede la tipologia di tecniche sopra citate.

Qualsiasi categoria di tecniche – o qualsiasi tipologia di foto – si decida di utilizzare nel processo della terapia, va comunque ricordato che in ciascuna immagine è contenuta una storia. Tutte le fotografie raccontano infatti delle storie ben precise e differenti dalle altre, poiché la narrazione scaturisce da chi le sta osservando e inconsapevolmente le traduce attraverso i suoi personali significati. Ogni scatto che ci viene mostrato offre quindi, oltre ai contenuti sulla vita della persona, anche i filtri da essa utilizzati per attribuire un senso alla propria realtà. Una volta individuati i vari filtri, in modo da poterli considerare nel loro insieme, è possibile per il terapeuta disporre di una sorta di 'mappa' che rappresenti il sistema di valori e credenze del cliente. Le immagini personali che ci vengono proposte, perciò, operano sempre e comunque sia a livello concreto – mostrando i 'fatti' – sia a livello simbolico – mostrando i significati; ciò fa di esse uno strumento di indubbia efficacia (Weiser, 2004, 2010). Ovviamente ricordando, per agganciarci alla metafora utilizzata dall'autrice, che la mappa non corrisponde al territorio (Salvini, 2004).

Quanto detto consente di mettere in guardia il professionista da qualsiasi tentativo di interpretazione delle immagini al posto del cliente. Il ruolo del terapeuta è infatti quello di guidare la persona nel fornire il proprio contributo personale, grazie alle domande che vengono suscitate dall'osservazione delle foto: guardando un'immagine, numerose sono le informazioni che è possibile ricavarne, come ad esempio il processo di selezione o la scelta della prospettiva; da tale osservazione si generano le suddette

domande. In base alle risposte fornite, si ha così un'esplicitazione delle operazioni selettive che hanno orientato lo sguardo del cliente durante il processo fotografico. In egual maniera, risulta estremamente utile porre attenzione al modo in cui l'individuo seleziona le fotografie che decide di condividere con il terapeuta. Considerando ogni immagine fotografica come la rappresentazione di una certa immagine di sé stessi, la scelta delle foto che si vuole mostrare nel contesto della terapia indica, in tale circostanza, una scelta relativa alle diverse immagini di sé che si vuole presentare all'altro e sulle quali si è disposti a lavorare. In ogni caso, scegliendo una fotografia essa finisce per caricarsi di un'intenzionalità e di un significato che non potevano essere presenti nel momento in cui è stata scattata – a meno che non si trattasse, chiaramente, di un compito assegnato proprio dal terapeuta; può essere perciò utile e necessario approfondire la questione, per riattribuire all'individuo la responsabilità e la volontà dell'atto selettivo (Rossi & Rubecchini, 2004). Riesaminando le foto durante la terapia, in sintesi, il cliente finisce per prendere consapevolezza dei propri processi, imparando qualcosa su se stesso che non conosceva al momento della loro realizzazione o selezione. Questo discorso vale ugualmente per gli autoritratti, che ancor più delle altre immagini vengono realmente 'visti' per la prima volta solamente nella fase successiva allo scatto.

Prima di concludere, soffermiamoci su un aspetto fondamentale che caratterizza l'atto fotografico, offrendo ulteriori possibilità di applicazione all'interno del percorso psicoterapeutico. Ci si riferisce alla concezione della fotografia come processo attivo (Bordin, 2018). Propone Weiser (2008), a tal proposito, un utilizzo dell'immagine che possa andare anche oltre all'osservazione e alla riflessione su ciò che si è osservato. Il terapeuta, infatti, può suggerire di realizzare delle foto seguendo un particolare tema o una specifica finalità, spingendo il cliente ad assumere un ruolo ancora più attivo in questo dialogo che avviene tramite le immagini. Nuove fotografie possono essere così create per illustrare nuove storie, nuove narrazioni – in altre parole, nuove possibilità per l'individuo – con l'opportunità di poterle visualizzare di nuovo successivamente, per mezzo della memoria o dell'immaginazione.

La fotografia, di fatto, viene spesso considerata e percepita come attestazione di una realtà che è così come si presenta ai nostri occhi. In questo senso, l'immagine ha il potere di rendere credibile e plausibile tutto ciò che in essa è rappresentato; l'illusione che ne scaturisce è in grado di provocare degli effetti sull'individuo e sul suo modo di percepirsi e di percepire il mondo che lo circonda. Perciò, osservando se stesso rappresentato nell'immagine fotografica, osservando un possibile sé alternativo, ciascuno di noi ha la possibilità di riconfigurare il proprio punto di vista e di aprirsi a nuove diverse soluzioni. Le tecniche di FotoTerapia – inclusi gli autoritratti – consentono in questo modo alle persone di attuare dei cambiamenti nella loro prospettiva, restando però nella dimensione protetta del 'come se'; sfruttando la fotografia come tramite, il terapeuta può accompagnare il cliente nell'esplorazione di nuovi punti di vista e nella sperimentazione di nuovi sé, che permettono di vedere e narrare se stesso in maniera alternativa.

È interessante considerare inoltre come l'effetto performativo dell'immagine possa essere in molti casi utilizzato dallo psicoterapeuta non solo per promuovere un processo di cambiamento, ma anche per rafforzare un cambiamento in corso o già avvenuto in precedenza. Un esempio curioso ci viene proposto da White (1992), che descrive un particolare metodo di intervento da lui stesso ideato per aiutare i bambini ad affrontare la loro paura dei mostri. La procedura (o rituale), composta da varie fasi, viene comunicata ai genitori con la consegna di eseguirla fedelmente; il punto 6 dice: "I genitori devono procurarsi un album di fotografie e intitolarlo 'Album della Cattura e del Soggiogamento dei Mostri e dei Vermi', oppure 'Album dei Senza Paura', e metterci le

immagini del bambino (scattate preferibilmente con una polaroid) che compie i diversi preparativi per domare i mostri, compreso il momento in cui li mette fuori la notte. Inoltre, i genitori devono fare fotografie relative a ogni altro aspetto meno pauroso che emerga nello stile di vita del bambino. Possono chiedere al bambino di posare per queste fotografie” (White, 1992, p. 190). Successivamente, la procedura indica di portare l'album che è stato realizzato all'incontro con il terapeuta, per valutarlo insieme. Con questo stratagemma, l'Autore sembra voler rendere ancora più incisiva una realtà nuova che si sta configurando grazie all'intervento del terapeuta e che rappresenta per l'individuo una possibilità alternativa rispetto al problema. L'immagine fotografica, quindi, consente di raffigurare l'esperienza del cambiamento, rendendola percepibile attraverso la vista. La fotografia assume, in questi termini, anche la funzione di 'attestazione del cambiamento'.

Lo stesso ruolo può essere certamente affidato all'autoritratto. Chiedere al cliente di realizzare degli autoscatti nelle diverse fasi del percorso terapeutico può rappresentare una manovra doppiamente utile: oltre a permetterci di accompagnare l'individuo nell'esplorazione di nuove immagini di sé lungo l'intero periodo della terapia, questo compito fornisce anche delle 'prove' che possano confermare, al termine degli incontri, i progressi ottenuti. Tali conferme, chiaramente, hanno una finalità ben precisa che non combacia in alcun modo con il bisogno del terapeuta di misurare la propria efficacia. Mettendo a confronto i vari autoscatti, la persona sarà in grado di cogliere più concretamente i mutamenti avvenuti nel proprio modo di porsi rispetto a se stessa. La percezione visiva della propria immagine, unitamente all'esperienza vissuta nel corso della terapia, avrà perciò un effetto rafforzativo nei confronti del cambiamento.

Numerose sono le potenzialità dello strumento fotografico. Il ritratto e l'autoritratto, nello specifico, condividono con il processo psicoterapeutico un protagonista indiscusso: l'individuo nelle sue diverse sfaccettature, narrazioni e attribuzioni di significato. Molto altro ancora si potrebbe dire sull'argomento, molto altro ancora si potrebbe osservare. Le tecniche fotografiche, comunque, non sono per tutti; sta al terapeuta cogliere, di volta in volta, la propensione del cliente – o la sua reticenza – a prestarsi all'obiettivo. Ma se si sceglie infine di sfruttare questo mezzo, il vero limite è dato solamente dalla propria personale creatività.

Riferimenti bibliografici

- Barthes, R. (1980). *La camera chiara. Nota sulla fotografia*. Einaudi: Torino.
- Bordin, G. (2018). Fotografie e mondi possibili. Un fenomeno narrativo. In “*Scienze dell'Interazione*”, 1-2, pp.15-31.
- Castellaneta, D. (2009). Guarire con le foto o guarire dalle foto?. In *Esercizi Filosofici*, 4, pp.93-101.
- Cusano, V. (2010). L'autoritratto: una sintesi fra autore, soggetto e spettatore. In *La Stampa Arte*.
- De Gregorio, C. (2017). *Chi sono io? Autoritratti, identità, reputazione*. Contrasto: Roma.
- Demetrio, D. (1996). *Raccontarsi. L'autobiografia come cura di sé*. Raffaello Cortina: Milano.
- Dollinger, S.J. & Clancy, S.M. (1993). Identity, Self, and Personality: II. Glimpses Through the Autophotographic Eye. In *Journal of Personality and Social Psychology*, vol.64, 6, pp.1064-1071.
- Faccio, E. (2007). *Le identità corporee. Quando l'immagine di sé fa star male*. Giunti: Firenze-Milano.
- Ferrari, S. (1998). *La psicologia del ritratto nell'arte e nella letteratura*. Laterza: Bari-

Roma.

- Ferrarotti, F. (2012). Parola e immagine. Due logiche a confronto. In *Segni e Comprensione*, 78, pp.7-34.
- Foucault, M. (1976). *Sorvegliare e punire*. Einaudi: Torino.
- Giuffredi, M. (2014). Preliminari a una psicologia dell'autoritratto fotografico. In *PsicoArt*, 4, pp.1-47.
- Goffman, E. (1969). *La vita quotidiana come rappresentazione*. Il Mulino: Bologna.
- Kuznekoff, J.H. (2012). Comparing impression management strategies. In Cunningham C. (a cura di), *Social Networking and Impression Management: Self-presentation in the Digital Age*, Lexington Books: Lanham.
- Le Breton, D. (2007). *Il sapore del mondo. Un'antropologia dei sensi*. Raffaello Cortina: Milano.
- Merleau-Ponty, M. (2003a). *Fenomenologia della percezione*. Bompiani: Milano.
- Merleau-Ponty, M. (2003b). Note di lavoro. In *Il visibile e l'invisibile*. Bompiani: Milano.
- Noland, C.M. (2006). Auto-Photography as Research Practice: Identity and Self-Esteem Research. In *Journal of Research Practice*, 2.
- Rossi, O. & Rubechini, S. (2004). Le immagini autobiografiche: una via narrativa alla percezione di sé. In *INformazione Psicoterapia Counselling Fenomenologia*, 4, pp.14-23.
- Salvini, A. (2004). *Psicologia clinica*. Upsel Domeneghini: Padova.
- Tisseron, S. (1996). *Le mystère de la chambre claire*. Flammarion: Paris.
- Tisseron, S. (1986). La photographie entre certitude de réalité et souvenir sans image. In Soulages, F. (a cura di), *Photographie et in-conscient*, Osiris: Paris.
- Wallace, P. (2017). *La psicologia di Internet*. Raffaello Cortina: Milano.
- White, M. (1992). *La terapia come narrazione. Proposte cliniche*. Astrolabio: Roma.
- Weiser, J. (2010). Foto personali e foto di famiglia come strumento per la terapia. Il "Come, Cosa e Perché" delle tecniche di FotoTerapia. In *PsicoArt*, 1, pp.1-43.
- Weiser, J. (2008). *PhotoTherapy Techniques: Exploring the Secrets of Personal Snapshots and Family Albums*. PhotoTherapy Centre Press: Vancouver.
- Weiser, J. (2004). PhotoTherapy Techniques in Counselling and Therapy. Using Ordinary Snapshots and Photo-Interactions to Help Clients Heal their Lives. In *The Canadian Art Therapy Association Journal*, vol.17, 2, pp.23-53.
- Wynn, E. & Katz, J.E. (1997). Hyperbole over cyberspace: Self-presentation and social boundaries in Internet home pages and discourse. In *Information Society*, vol.13, 4, pp.297-327.
- Ziller, R.C. (1990). *Photographing the self*. Sage: Newbury park, CA.