

ANTONIO BALESTRA

Narrarsi per ricordare, ricordare per unirsi

*Consigliere esperto presso la Corte d'Appello Minorile di Lecce
Dottore di Ricerca in Diritto, Educazione, Sviluppo - Unipegaso*

Riassunto:

Colui che narra il passato non è soltanto l'individuo così com'è al momento in cui comincia la narrazione, ma soprattutto così come vorrebbe essere nel futuro. L'autobiografia assume un forte valore formativo, l'uomo attraverso l'autobiografia è incoraggiato allo svelamento della propria storia. La narrazione sostiene l'individuo nel fare della vita una ricerca permanente di senso, abituardolo a vivere il tempo futuro e i social network rappresentano luoghi per narrarsi, nuovi luoghi della memoria.

Abstract:

The person who narrates the past is not the individual he is when the narration begins, but above all as he would like to be in the future. The autobiography takes on a strong educational value. Through autobiography, man is encouraged to reveal his story. The storytelling supports the individual in making life a permanent search for meaning, getting him used to living the future time and social networks represent places to narrate, new places of memory.

Parole chiave: memoria, narrazione, social network

Keywords: memory, storytelling, social network

1. Nuovi “luoghi della memoria”

Le autobiografiche pillole narrative che caratterizzano i social network hanno assunto forme e significati nuovi durante la pandemia da Coronavirus. Negli sconfinati spazi del *world wide web*, i social network, *repository* di immagini e video, stanno assumendo la forma di nuovi luoghi della memoria, grazie ai

quali è possibile partecipare co-costruendo il luogo, per cristallizzare in un tempo, seppur effimero per durata, un forte legame con un passato prossimo a cui riusciamo per un momento a dare un senso. In questo inconsapevole ma volontario gigantesco “esperimento di autobiografia culturale collettiva” (Goldsmith, 2017, P.63), ogni *post* è un granello di sabbia stravagante ma significativo della storia universale.

Nella sua opera “Les lieux de mémoire” lo storico francese Pierre Nora scrive: “il luogo della memoria è una unità significativa, d’ordine materiale o ideale, che la volontà degli uomini o il lavoro del tempo ha reso un elemento simbolico di una comunità. I luoghi della memoria aiutano a fermare il tempo, bloccare il lavoro dell’oblio, fissare uno stato di cose, rendere immortale la morte, materializzare l’immateriale per racchiudere il massimo significato nel minimo dei segni” (Pethes, Röchatz, 2005, p. 292).

Un luogo della memoria dunque è uno spazio, materiale o simbolico, che rappresenta un determinato periodo storico carico di elementi significativi per una comunità. Può essere un museo,

un monumento, un territorio, una località, ma anche una data, un simbolo, un mito, in cui la comunità si identifica. Sono luoghi non sempre identificabili in un luogo fisico. Spesso appartengono all'immaginario, luoghi nei quali si trova e si cristallizza la memoria sociale di un gruppo intesa come legame con il passato vissuto e partecipato al presente perché dal presente sollecitato (Rami Ceci, 2003).

I luoghi della memoria si legano indissolubilmente con l'aspetto dell'identità sia a livello collettivo, sia a livello individuale. La memoria rappresenta la componente temporale dell'identità, che permette a quest'ultima di superare il difficile rapporto col tempo che passa e di proiettarsi verso il tempo a venire. Citando ancora Pierre Nora: "I luoghi della memoria non sono ciò di cui ci si ricorda, ma il dove in cui la memoria lavora; non la tradizione stessa ma il suo laboratorio" (Pethes, Rüchatz, 2005, p. 292).

I luoghi delineano la mappa del ricordo di un gruppo o di una società mediante la quale la memoria viene costruita, in alcuni casi inventata, attraverso un processo di elaborazione del ricordo e dell'oblio.

Senza dubbio quando parliamo di luoghi della memoria balzano subito alla mente quelli che possiamo definire i luoghi della memoria per eccellenza: i monumenti (dal latino *monère: ricordare, ammonire*), soprattutto quelli dedicati ai caduti della guerra, presenti sia nelle grandi città sia nei piccolissimi centri abitati, in zone rurali o di montagna. I monumenti commemorativi si differenziano da quelle opere che, nate con un fine specifico, solo a posteriori assumono una valenza monumentale, poiché diventano tracce materiali di un tempo storico che non c'è più, perché rappresentano la memoria storica di un gruppo sociale, sono preziosi indicatori di continuità con il passato.

I monumenti commemorativi, definiti anche intenzionali, sono tali *ab origine*, sono monumenti nel momento in cui vengono edificati; sono intenzionalmente costruiti per custodire, onorare, alimentare fatti o personaggi considerati significativi per la collettività.

Molto spesso la costruzione di queste opere commemorative nasce da una volontà che viene dall'alto e che detiene una

qualche forma di potere, che decide di volta in volta quali episodi o personaggi sono degni di essere ricordati e soprattutto qual è il messaggio ritenuto più vero o opportuno. Si rischia di strumentalizzare e manipolare determinati fatti o personaggi per scopi ben specifici, e in alcuni casi a travisare importanti avvenimenti storici, facendo dei monumenti i santuari di una memoria dominante, che attraverso di essi si auto legittima anche in quanto strumento di esclusione.

Ogni monumento, sia esso storico o commemorativo, ha sempre un legame con un fatto o un personaggio storico. Ogni luogo della memoria, sia esso materiale o simbolico, consente agli individui di andare a ritroso nel tempo, muovendosi dal loro vissuto quotidiano fino agli eventi più remoti del passato.

Utilizziamo le parole di Pierre Nora, che nella prefazione a “*Les lieux de mémoire*” scrive: “La memoria è la vita sempre sostenuta da gruppi vivi e a questo titolo, è in evoluzione permanente, aperta alla dialettica del ricordo e dell’oblio, incosciente delle sue deformazioni successive, vulnerabile a tutti gli usi e manipolazioni, suscettibile di lunghe latenze ed

improvvisi rivitalizzazioni. [...] La memoria è un fenomeno sempre attuale, un luogo vissuto in un presente eterno; [...] La memoria è, per natura, molteplice e moltiplicata, collettiva, plurale e individualizzata.”

Un paesaggio fatto solo di luci o solo di ombre, non potrebbe manifestarsi ai nostri occhi in tutta la sua bellezza perché non ci sarebbero contrasti. È il gioco di luci ed ombre che lo rende meraviglioso e ci permette di ammirarlo in tutte le sue sfumature. Luci/ombre, memoria/oblio. La memoria aggiunge, l'oblio toglie. Sono le due facce della stessa medaglia. Nessuna memoria vivente potrebbe funzionare senza oblio perché memoria vuol dire capacità di ricordare/dimenticare, ossia selezionare. La vita è una scelta costante e sempre rinnovata che fa tesoro delle esperienze passate ma si proietta nel futuro per cambiare, non solo come individuo, ma anche come società. Una società che non potesse o non volesse dimenticare sarebbe costretta dal suo passato a una conservazione che non ne permetterebbero lo sviluppo. Una società che cancella del tutto il proprio passato sarebbe insensata e pericolosa.

Considerando le infinite distese di Internet e, principalmente, le sue applicazioni social come nuovi luoghi della memoria, la necessaria alternanza memoria/oblio viene a cadere. La possente *worldwide* memoria ricorda Ireneo Funes di Borges (1956) e la sua memoria-pattumiera dove qualsiasi cosa, anche la più inutile e banale, poteva essere gettata per essere poi ricordata.

2. Memoria, identità, narrazione

Trascuriamo la nostra vita a parlare di noi stessi, raccontando ciò che ci accade, esprimendo riflessioni, dubbi, paure, scoperte. Comuniciamo la nostra visione del mondo. Mentre narriamo ci rendiamo conto di essere più consapevoli di chi siamo, di quello che desideriamo, di ciò che ci rattrista o ci rende felici. Quando raccontiamo o ascoltiamo raccontare storie, vicende, vissuti, percepiamo chi narra come meno estraneo, più familiare perché con le sue parole ci dona una parte di sé, ci rende partecipi del suo modo di vivere le cose.

La narrazione è un elemento da cui l'uomo non può prescindere; è come se fosse connaturata alla sua natura, al suo essere, alla sua

storia. In tutte le civiltà, le epoche, le culture, i luoghi, la narrazione è stata ed è presente e, sicuramente, lo sarà sempre. Narrando, ripercorriamo e organizziamo i vissuti reali o immaginari, e in questo percorso di elaborazione ridefiniamo la nostra identità nella sua continuità (Vecchini, 2004).

La narrazione è il primo dispositivo interpretativo e conoscitivo che l'uomo utilizza nella sua esperienza di vita. Attraverso la narrazione ognuno di noi dà senso e significato alla propria esperienza e delinea coordinate interpretative e prefigurative di eventi, azioni, situazioni e su queste basi costruisce forme di conoscenza che lo orientano nel suo agire (Bruner, 1996).

Il “pensiero narrativo” e il “pensiero scientifico” convivono nella nostra mente assolvendo a funzioni diverse. Utilizziamo il pensiero scientifico per spiegare e prevedere i fenomeni fisici come il valutare il tempo che occorre per raggiungere un luogo, basandoci sulla distanza e sul mezzo che usiamo per raggiungerlo. Il pensiero narrativo è la modalità cognitiva con la quale organizziamo l'esistenza, interpretandola e attribuendogli un significato. Attraverso il pensiero narrativo possiamo

comprendere le azioni dell'altro, andando oltre i comportamenti espliciti e immediatamente osservabili, prevedendo o intuendo possibili scopi o emozioni sottostanti.

La narrazione permette all'uomo di dare senso all'esperienza, mettendo in relazione gli stati psichici con la realtà esterna, coniugando il passato al presente in una proiezione futura, percependo l'altro come soggettività dotata di scopi, valori, legami.

Nell'attuale momento storico in cui le misure di contenimento per la pandemia da Coronavirus impediscono le relazioni sociali nel reale, le foto e i filmati, la musica e i pensieri postati sui social network, le videochiamate anche in gruppi numerosi tra parenti e amici, permettono di non interrompere le narrazioni, di continuare a raccontarci e costruire valori ed obiettivi condivisi e promuovendo processi di *empowerment*.

Nel raccontare una storia di cui non siamo attori nemmeno marginali, utilizziamo parole, enfatizziamo aspetti, tralasciamo particolari basandoci su quello che è il nostro modo di vedere e interpretare il mondo. L'autobiografia, però, riguarda noi stessi e

nel suo dipanarsi il racconto autobiografico ci permette di ridisegnare la nostra personale storia di vita, di dare alle nostre frammentarie e spesso confuse esperienze un senso di coerenza, di riappropriarci del passato e tessere la trama della propria apertura verso il futuro.

Quando terminiamo un racconto su noi stessi non siamo più quelli di prima, perché nel raccontarci ridefiniamo i rapporti con il Sé intrapsichico da una parte e con quello interpersonale dall'altra (Demetrio, 1996). Narrandoci intraprendiamo un viaggio, un percorso di auto-formazione, durante il quale scomponiamo e ricomponiamo la nostra storia, classifichiamo eventi, colleghiamo episodi, e in alcuni casi aggiungiamo invenzioni. Perché in certo senso la narrazione autobiografica può essere considerata una sorta di 'fiction' che però non sminuisce assolutamente la valenza del racconto, poiché raccontarsi è come inventare una storia su chi e cosa siamo, su cosa è accaduto e perché facciamo quello che facciamo (Bruner, 2002).

Nell'autobiografia noi ricostruiamo il passato in funzione del presente, di quello che il nostro modo attuale di vedere le cose: è come se cercassimo nel passato la risposta ad una domanda che ci poniamo nel presente e che ci è utile nel futuro. In un certo senso non solo il presente dipende dal passato, ma paradossalmente il passato dipende dal futuro. Parlando del passato, chi narra non è solo l'individuo così com'è al momento in cui comincia la narrazione, ma anche così come vorrebbe essere nel futuro. Proprio perché è un racconto impregnato di futuro che l'autobiografia assume un forte valore formativo, visto che incoraggia l'uomo nello svelamento della propria storia personale e lo sostiene nel fare della vita una ricerca permanente di senso, abituardolo a vivere il tempo futuro.

Avvalendosi di metodi di oggettivazione esplicativa o di sintesi interpretativa, l'autobiografia fa sì che il soggetto sia il ricercatore di sé stesso, l'esploratore della propria storia in un'avventura che si rivela ben presto auto formativa (Demetrio, 1998).

3. Micronarrazioni nella società dell'immagine

La società in cui oggi viviamo può essere considerata una società basata sull'immagine, saturata da essa. Gli scienziati sociali concordano che il passaggio dal moderno al postmoderno è caratterizzato da un sempre maggiore *oculocentrismo* (Jay, 1993) sia per la quantità di immagini che ci circondano, sia perché le conoscenze del mondo sono sempre più diffuse dal visivo, sia perché le interazioni sociali e la costruzione dei significati sono caratterizzate per lo più da esperienze visuali interamente costruite (Rose, 2001).

L'anno duemilaventi verrà ricordato per la pandemia da Coronavirus che ha stravolto la quotidianità, il sistema economico, politico e sociale di buona parte della popolazione mondiale. La velocità e semplicità con cui il Covid -19 si è diffuso in tutti i continenti ha mostrato quanto ormai piccolo e potenzialmente fragile sia il "villaggio globale" (McLuhan, 1967) in cui viviamo. Il virus ha colto molte nazioni di sorpresa e in alcune aree geografiche il colpo di martello è stato terribile. Dinanzi alla paura del virus, la strategia di contenimento del

contagio ha riproposto il dicotomico primordiale istinto: attacco o fuga. Non potendo contare su una efficace ed efficiente strategia di attacco, i governi nazionali hanno dovuto, perlopiù, battere in ritirata: fuggire dal virus restando chiusi e al riparo nelle proprie abitazioni. Rintanati nelle tecnologiche caverne del terzo millennio ci siamo nascosti e difesi dal pericoloso nemico, letale perché invisibile. E nelle nostre “gabbie di Foucault” (Foucault, 1976) dotate di connessioni internet, tv satellitari, computer, smartphone e altri derivati tecnologici, abbiamo intrapreso il percorso di sanificazione e liberazione. La stragrande maggioranza della popolazione si è stretta, come non accadeva dal secondo dopoguerra, in un nuovo sentimento di unità nazionale, rinunciando alla propria quotidianità e restando nelle proprie case per raggiungere un bene comune più importante: la salute pubblica. Tantissimi slogan hanno cominciato a fare capolino nelle televisioni, sui social network e nelle applicazioni informatiche di messaggistica istantanea. “Distanti ma uniti”, “Restiamo a casa”, “Andrà tutto bene”, sono alcuni dei motti che hanno caratterizzato il

quotidiano con il fine di unire la nazione e ricordare al cittadino il proprio dovere. Una rinnovata identità nazionale per promuovere l'efficacia personale e collettiva attraverso l'uso dei media, in un drammatico momento storico.

Chiusa in casa, la popolazione tutta ha riscoperto sia i media tradizionali sia le potenzialità delle nuove tecnologie, con cui ha potuto e dovuto informarsi sull'andamento del contagio e sulle relative disposizioni per il contenimento. Come sottolineava Bandura “un pubblico disinformato è tendenzialmente un pubblico inefficace, se non addirittura apatico. I mass media consentono di portare l'attenzione pubblica sui temi di rilevanza sociale. Inoltre plasmano il modo in cui la gente pensa ai problemi, strutturandoli in un modo piuttosto che in un altro. Il dibattito sociale assume forme diverse a seconda che i problemi comuni incontrati dalla gente vengano formulati in termini compatibili con soluzioni di politica pubblica o rimedi individuali. Per stimolare l'interesse e la partecipazione pubblica, i problemi devono essere trasportati sul piano personale [...] Le persone devono essere informate e motivate e i loro sforzi

devono essere indirizzati per promuovere la realizzazione delle politiche desiderate e per garantire che la loro applicazione sia consona agli obiettivi” (Bandura, 2000, p.674).

La necessità del rispetto delle disposizioni del governo per il contenimento della pandemia ha trovato nelle nuove tecnologie l'*humus* ideale per promuovere comportamenti responsabili e attivare processi motivazionali attraverso forme di comunicazione *top down* e, soprattutto, *bottom up*.

Nella “società dell’immagine”i social network e le varie applicazioni di messaggistica istantanea sono stati inondati principalmente da foto e video. Micronarrazioni quotidiane con cui la popolazione ha raccontato i momenti vissuti in casa durante la pandemia. Accomunate dall'*hashtag* “io resto in corsia” e “voi restate a casa” tantissime immagini e video di medici e infermieri impegnati in prima linea nelle corsie degli ospedali sono diventati subito virali. Alcune immagini divengono simboli della lotta alla pandemia come la foto dell’infermiera dell’Ospedale di Cremona che, esausta, si addormenta sulla scrivania alla fine del proprio turno.

L'esperienza visiva vale a dire l'azione di guardare, la direzione dello sguardo, la capacità di osservazione e il piacere visivo delle storie o degli stati che i social network ci permettono di narrare per immagini, pone la questione dell'alfabetizzazione visiva che potrebbe non essere completamente spiegabile sul modello della testualità. Cosa più importante, essa è la consapevolezza che, nonostante il problema della rappresentazione pittorica sia stato da sempre con noi, adesso preme senza lasciarci scampo, e con una forza senza precedenti ad ogni livello culturale (Mitchell, 1994).

Passare dal testo all'immagine significa passare da un codice forte (quello scritto) ad un codice debole (quello visivo); dal testo scritto che "ha favorito un pensiero lineare, sequenziale, astratto, razionale, logico, deduttivo" (Cecchinato, 2009), all'immagine in grado di generare molteplici significati ed interpretazioni. In altre parole, se con il testo scritto la conoscenza è l'insieme di quegli enunciati con cui si definiscono gli oggetti determinandone e specificandone le caratteristiche tanto da poter essere attestati come veri o falsi (Lyotard, 2002), con le immagini la conoscenza

si fonda su rappresentazioni, che non possono essere dichiarate vere o false, perché “l'immagine è [...] il regno della soggettività: di chi la produce e di chi la osserva. [...] La polisemia dell'immagine deriva dalla debolezza del suo codice e dalla complessa relazione che vi è fra gli elementi che la compongono” (Faccioli, 2001). Non più un “mondo come testo” ma un “mondo come immagine”; *“the visual disrupts and challenges any attempt to define culture in purely linguistic terms”* (Mirzoeff, 1999).

Quando utilizziamo il termine “civiltà dell'immagine” ci riferiamo, generalmente, ad un periodo storico inaugurato con l'invenzione della fotografia e del cinema. In questo senso, sarebbe come dire che prima della “civiltà delle immagini” sia esistita una “civiltà dell'orecchio” o una “civiltà del tatto”. In realtà le immagini hanno sempre avuto un ruolo fondamentale nell'umanità. Non è certo l'invenzione della fotografia del 1839 ad opera di Louis Daguerre che inaugura la civiltà delle immagini. Ogni epoca ed ogni civiltà si è contraddistinta per pratiche o stili che si rifacevano al visivo. I Gesuiti si affidarono

alla comunicazione visiva per ostacolare la Riforma, così come la stessa Chiesa ha utilizzato opere di elevata magnificenza per offrire ai fedeli un eccezionale “colpo d’occhio” a testimonianza della propria autorità e grandezza. E poi gli stili come il barocco o il gotico, e ancora l’iconoclastia, quel movimento politico e religioso che nella prima metà dell’VIII secolo portò alla distruzione di icone, temendo che la loro venerazione potesse sfociare nell’idolatria. La distinzione tra orale, scritto e visivo non dipende dunque dal medium utilizzato perché “non c’è medium che non utilizzi codici provenienti da altri media” (Marano, 2011). Anche se in questa epoca le immagini sembra che dominino il mondo, in realtà non c’è immagine del *mediascape* (Appadurai, 2001), sia essa fissa che in movimento, che non sia associata a testi scritti o suoni. È necessario, quindi, pensare alla vista non soltanto come organo sensoriale con cui percepiamo il mondo ma piuttosto come “metafora del conoscere e del comprendere” (Marano, 2011).

Nel libro *Vita e morte dell’immagine. Una storia dello sguardo in occidente*, Régis Débray evidenzia una correlazione tra la

storia delle immagini e quella dello sguardo, ricostruendo dal punto di vista storico la relazione tra visibile e invisibile a partire dall'analisi delle credenze e delle abitudini intellettuali di una data epoca, intrecciandole con la storia delle religioni e con le tecniche di produzione delle immagini, correlando spirituale e materiale, essere e apparire, soggetto e oggetto, artisticità e tecnologia. Partendo da questa analisi giunge ad individuare tre momenti che hanno caratterizzato il ruolo di *medium* assunto dall'immagine nelle diverse epoche: quello dell'idolo, quello dell'arte e quello del visivo. Nell'era dell'idolo (*logosfera*) l'immagine era pura presentazione. Possedevano uno sguardo magico, una funzione rituale (non estetica) ed erano ritenute importanti per il semplice fatto di esistere. L'invisibile (Dio) diveniva visibile. Dall'era dell'idolo si passa a quella dell'arte (*grafosfera*), collocabile temporalmente nel periodo rinascimentale. L'arte non rappresenta più l'invisibile ma ciò che l'artista può percepire con la vista; è il modo in cui egli vede il mondo, il suo punto di vista soggettivo, lo sguardo estetico. È la realtà secondo la sua prospettiva; ed è proprio nel Rinascimento

che nasce la prospettiva, in cui fondamentale è il punto di vista di colui che osserva. Dall'era dell'arte si passa a quella del visivo (*videosfera*). Con il termine visivo Débray indica il codice invisibile che ordina l'esperienza contemporanea del visibile (Petrosino, 2004). Il visivo è simulazione; l'immagine non rappresenta più qualcosa che esiste nella realtà ma esiste perché viene rappresentata. Paradossalmente è come se l'era del visivo fosse un ritorno all'era dell'idolo. Non vi è rapporto col reale ma lo simula. Il visivo è simbolo di per sé stesso (Debray, 1999).

Da un punto di vista concettuale, la successione delle "ere" coincide in buona parte con la classificazione del logico americano Peirce (1906) di indice, icona e simbolo e il loro rapporto con l'oggetto. L'indice è un frammento dell'oggetto o comunque in contiguità con esso. Una parte del tutto o parte utilizzata per il tutto. Una reliquia, ad esempio, è un indice. L'icona rassomiglia alla cosa, ma non è la cosa. Non è arbitraria, ma motivata da un'identità di proporzione o forma. Riconosciamo il santo dal suo ritratto, ma il ritratto si aggiunge al mondo della santità, non era definito con essa. Il simbolo non ha

un rapporto di analogia con la cosa, ma semplicemente convenzionale. È possibile decifrarlo con l'aiuto di un codice. L'immagine in qualità di indice affascina, rimandando al tangibile. Ha un valore magico. L'immagine in qualità di icona ispira piacere. Ha un valore artistico. L'immagine in qualità di simbolo ha un valore sociologico, come il segno di statuto o marca di appartenenza, è considerabile in e per sé stessa. Scrive Debray: "Regime «idolo»: l'al di là del visibile è la sua norma e la sua ragione d'essere. L'immagine, che gli deve tutta la sua aura, rende gloria a ciò che la oltrepassa. Regime «arte»: l'al di là della rappresentazione, è il mondo naturale, a ciascuno la sua aurea, la gloria è condivisa. Regime «visivo»: l'immagine diviene il proprio referente. Tutta la gloria è per essa. Queste tre classi di immagini non designano delle nature di soggetti, ma dei tipi di appropriazione de parte di uno sguardo". "Più che visioni, sono organizzazioni del mondo" (Debray, 1999, p. 39).

Le foto e i video pubblicate sui social network sono a tutti gli effetti simboli. Nel periodo che viviamo chiusi nelle nostre case, i simboli dell'emergenza mondiale sono le immagini di medici e

infermieri nei momenti di sconforto, di stanchezza, di fratellanza, di coraggio. Diffusi su scala mondiale attraverso le nuove tecnologie, strette nel palmo delle nostre mani le osserviamo nello schermo dei nostri smartphone, che divengono contenitori di infiniti nuovi luoghi della memoria tali da rendere quasi tangibile ciò che William Blake così metteva in versi: “Per vedere il mondo in un granello di sabbia/ e il paradiso in un fiore selvatico/ tieni l’infinito nel palmo della mano/ e l’eternità in un’ora”.

Bibliografia

Agazzi E., Fortunati V. (2007). *Memoria e saperi: percorsi transdisciplinari*. Roma: Meltemi.

Appadurai A. (2011). *Modernità in polvere*. Roma: Meltemi Editore.

Bandura A. (2000). *Autoefficacia, teoria e applicazioni*. Gardolo: Erickson

Blake W. (1968). *Auguries of Innocence*. New York: Grossman Publishers.

Borges J. L. (1956). *Ficciones*. Buenos Aires: Emecé Editores.

Bruner J. (2002). *La fabbrica delle storie: diritto, letteratura, vita*. Roma-Bari: Laterza.

Bruner J. (2004). *The Culture of Education*, Harvard University Press, Cambridge 1996, trad. it. *La cultura dell’educazione. Nuovi orizzonti per la scuola*. Milano: Feltrinelli.

- Cecchinato G. (2009). *Tags: media, conoscenza*, in *Bibliotime*, n. 2, Anno XII.
- Colazzo S.(2008). *Progettazione e valutazione dell'intervento formativo*. Milano: McGraw Hill.
- Débray R. (1999). *Vita e morte dell'immagine. Una storia dello sguardo in occidente*. Milano:Il Castoro.
- Demetrio D. (1996). *Raccontarsi. L'autobiografia come cura di sé*. Milano:Raffaello Cortina Editore.
- Demetrio D. (1998). *Pedagogia della memoria. Per sé stessi, con gli altri*. Roma: Meltemi.
- Faccioli P. (2001). *In altre parole. Idee per una sociologia della comunicazione visual*. Milano: Franco Angeli.
- Foucault M., (1976). *Sorvegliare e punire, nascita della prigione*. Torino: Einaudi
- Goldsmith K. (2017). *Perdere tempo su Internet*. Torino: Einaudi.
- Jay M.(1993). *DowncastEyes: The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought*. Berkeley: University of California Press.
- Lyotard J.F. (2002). *La condizione postmoderna: rapporto sul sapere*. Milano: Feltrinelli Editore
- Marano F. (2011). *Camera Etnografica. Storie e teorie di antropologia visual*. Milano: Franco Angeli.
- McLuhanM.(1967). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Il Saggiatore.
- Mirzoeff N. (1999). *An Introduction to Visual Culture*. Milano: Psychology Press.
- Nanni A. (1996). *La pedagogia narrativa: da dove viene e dove va*, in Mantegazza R., *Per una pedagogia narrativa*. Bologna: EMI.
- Pethes N., Rüchatz J.(2005). *Dizionario della memoria e del ricordo*. Milano: Pearson Paravia Bruno Mondadori.

Petrosino S. (2004). *Piccola metafisica della luce*. Milano: Editoriale Jaca Book.

Rami Ceci L. (2003). *Sassi e templi: il luogo antropologico tra cultura e ambiente*. Roma: Armando Editore.

Rose G. (2001). *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Newbury Park: SAGE.

Vecchini A. (2004). *La narrazione come funzione della mente e come esperienza psicopedagogica*, Perugia: Morlacchi Editore.