

Capitolo primo

Il nazismo e la fotografia: una rappresentazione della realtà?

Il Novecento, soprattutto nel periodo tra le due guerre mondiali, ha coinciso con il boom dell'industria fotografica e con l'affermazione della fotografia a livello internazionale nella stampa illustrata, sia nell'arte popolare che nell'arte di avanguardia. Se fino alla fine del XIX secolo la macchina fotografica era uno strumento riservato ai professionisti, costoso, ingombrante e il cui uso richiedeva una buona capacità tecnica e artistica, dagli anni Venti e Trenta scattare fotografie divenne gradualmente un processo semplice e quasi alla portata di tutti. In Europa, la Germania rappresentava il Paese piú avanzato nel campo.

La prima macchina compatta fu lanciata sul mercato tedesco nel 1925 dalla Leica, azienda leader del settore a livello internazionale, seguita a ruota dalla fabbricazione di apparecchi simili, molto piú piccoli, duttili e maneggevoli, prodotti dalle aziende concorrenti, a partire dalla statunitense Kodak. L'invenzione di macchine portatili e leggere che per la prima volta consentivano la fotografia a mano libera, senza l'ausilio di accessori pesanti da trasportare e installare, riducendo i tempi di stampa dei negativi e perfezionando la qualità delle immagini, rivoluzionò la pratica della fotografia, dando impulso, ad esempio, al fotogiornalismo. La trasformazione non produsse risvolti solamente nell'ambito della fotografia professionale, ma anche di quella amatoriale, conquistando milioni di persone nell'Europa occidentale e negli Stati Uniti, grazie alla semplificazione tecnologica degli apparecchi e a un prezzo di vendita molto piú abbordabile. A lasciarsi rapidamente conquistare da questo boom fu soprattutto la borghesia, letteralmente sedotta dalla possibilità di mettersi in posa e di autorappresentarsi nella luce positiva e celebrativa del proprio successo personale e professionale, seguendo l'esempio dell'aristocrazia che per secoli si era fatta ritrarre dai pittori. Per farsi un ritratto o per immortalare la propria famiglia nelle occasioni importanti da ricordare, non era piú necessario recarsi in uno studio fotogra-

fico e affidarsi a uno specialista, perché realizzare le immagini divenne gradualmente alla portata, se non di tutti, almeno di molti. Le foto diventarono collezionabili, uscirono dalla cornice per abitare lo spazio domestico dei salotti di casa e riempirono gli album, un'abitudine che si diffuse soprattutto in Germania, Francia e negli Stati Uniti.

Nell'Europa totalitaria di Mussolini, Stalin e Hitler, le arti visive furono oggetto di un'attenta manipolazione e la fotografia, come del resto il cinema, rappresentò lo strumento privilegiato della comunicazione di massa e della costruzione del consenso. I leader dei governi dittatoriali seppero comprendere e sfruttare l'immenso potenziale delle immagini per diffondere l'ideologia di regime, rendendola una narrazione seducente e convincente, grazie all'impiego d'ingenti risorse, di mezzi sofisticati e di artisti esperti in tecniche avanzate di cinema, design e fotomontaggio, allo scopo di modellare l'opinione pubblica e creare consenso. Anche i governi democratici come quello degli Stati Uniti investirono nello sviluppo della fotografia, ma perseguendo un obiettivo diverso: farne uno strumento di indagine, documentazione e denuncia dei cambiamenti sociali per raccontare le tante facce della nuova America¹.

L'ascesa del nazionalsocialismo in Germania coincise con lo sviluppo delle arti visive come pratica culturale e sociale di massa. Tra gli obiettivi centrali del programma politico di Hitler, la trasformazione della percezione con cui i tedeschi vedevano se stessi e il mondo (*Weltanschauung*) fu considerata prioritaria, da realizzarsi mediante un processo che si avvalse tanto delle suggestioni della lingua scritta e parlata, debitamente manipolata dalla propaganda di Stato, quanto della forza delle immagini trasmesse attraverso la fotografia e il cinema. Non a caso, già nel marzo 1933, appena poche settimane dalla nomina a cancelliere, Hitler creò il Ministero della Propaganda, affidandone la direzione a uno dei suoi uomini più fedeli, Joseph Goebbels, che dal 1929 dirigeva il settore propaganda del partito.

Tra il 1933 e il 1945, la dittatura hitleriana riuscì a costruire un'iconografia capace di consolidare il mito del Führer e del «popolo ariano», a sostegno della visione dell'umanità in chiave razziale, ma incoraggiò anche milioni di tedeschi a diventare fotografi della propria vita e a diventare consumatori di immagini attraverso l'acquisto dei settimanali illustrati e la visione dei film nei cinema.