

Lucia Buricelli: flash!

Silvia Mazzucchelli

29 Aprile 2026

“E mentre meditavo sull'antico mondo sconosciuto, pensai allo stupore di Gatsby la prima volta che individuò la luce verde all'estremità del molo di Daisy. Aveva fatto molta strada per giungere a questo prato azzurro e il suo sogno doveva essergli sembrato così vicino da non poter più sfuggire. (...) Gatsby credeva nella luce verde, (...) il futuro orgiastico che anno per anno indietreggia davanti a noi. C'è sfuggito allora, ma non importa: domani andremo più in fretta.”

È proprio questo slancio in avanti, rapido, febbrile, vorace, che segna il passaggio dalla luce tenue e lontana di Francis Scott Fitzgerald a quella sparata dal flash della fotografa Lucia Buricelli (1994) in [Everything Is Bright Here](#), la sua prima mostra personale. Se per Gatsby la luce verde accendeva il desiderio, oggi il sogno americano è una superficie satura di bibite, gelati, caramelle, dove ogni cosa sembra consumarsi nella sua stessa evidenza, una contemporanea forma di *horror vacui*, non più semplice ansia di riempire lo spazio, ma rifiuto del vuoto di senso che si apre dietro l'eccesso di visibilità.

Buricelli utilizza strumenti tipici della fotografia commerciale, il flash diretto, la centralità ossessiva dell'oggetto o del corpo, la nitidezza che rende desiderabile la merce, ma nel suo lavoro il soggetto non si apre a una dinamica di seduzione. L'uso continuo del flash rafforza una pienezza senza ombre e profondità. Il flash è anche lessico, nel linguaggio comune indica una notizia breve, immediata, un'apparizione rapida. E lo stesso accade nella grafica commerciale, le scritte che irrompono sull'immagine, “offerta speciale”, “sconto eccezionale”, sono *flash*, nuvolette impresse sulle confezioni dei prodotti. Si crea così una sovrapposizione, il flash come luce e il flash come segno condividono la stessa logica dell'irruzione e del consumo. Entrambi sono istantanei, bruciano in fretta. La luce del flash si esaurisce in un attimo, così come il messaggio che porta, rapido, aggressivo, violento. E in questo consumo velocissimo, l'immagine si chiude, e impone di restare sulla soglia della superficie.

Il colore funge da magnete, come nelle foto della spagnola Ouka Leele, brillante, carico, industriale, e trasforma l'immagine stessa in un oggetto di consumo, non conta soltanto ciò che viene raffigurato, ma il modo in cui il colore seduce lo sguardo e crea una tensione tra contenuto e superficie. *Sex appeal dell'inorganico*, si direbbe con le parole di Mario Perniola, la capacità degli oggetti di esercitare un fascino che non appartiene al vivente.



I soggetti che ricorrono nelle fotografie sono cibi, animali e persone e il luogo di questa favola consumistica è il supermercato, casa commestibile di Hansel e Gretel e paese dei balocchi di Pinocchio, in cui il piacere si moltiplica fino a diventare inganno. Scatole, lattine, frutti, uova riempiono il fotogramma fino a coincidere con i suoi margini, in una bulimia che dal corpo si trasmette allo sguardo. La scena appare prossima all'esplosione come nell'istante che precede la deflagrazione in *Zabriskie Point*, dove viene messo in crisi l'accumulo capitalistico, e prima della follia omicida in *American Psycho*, quando la materia è già in procinto di disperdersi ma rimane, per un attimo, trattenuta nella sua forma, tesa fino al limite del collasso.

Emblema del consumo è una Statua della Libertà di colore verde, che solleva un enorme lecca-lecca variopinto e stringe nell'altra mano un pacchetto di biscotti Oreo; su una fascia che le attraversa il corpo, si legge: "SUGAR, YOU KNOW YOU WANT IT", eco lontana della luce verde intravista da Gatsby. Lo zucchero ritorna

in un altro trittico. La prima immagine mostra un pallet colmo di sacchetti gialli con la scritta *Domino Sugar*, nella seconda si vede una catena gialla trattenuta da due mani con le unghie dipinte di giallo, la terza raffigura un serpente giallo, non immerso nell'ombra del mito, ma nella piena esposizione fotografica. La continuità del colore produce l'ambivalenza semantica del trittico, lo zucchero è insieme dolcezza, vincolo e tentazione, ma anche veleno. La Buricelli non fa solo una critica al consumo, ma anche al modo in cui viene prodotta l'immagine, con la saturazione e l'immediatezza che la rendono seducente e minacciosa.

In altre fotografie la denuncia non è più affidata alla saturazione cromatica ma alla logica stessa della produzione. L'immagine di alcune uova rotte, tuorli e albumi sparsi sull'asfalto, precede quella di un deposito in cui sono stipate centinaia di confezioni di uova, su cui si legge *Organic Cage Free*. C'è un'idea di sostituibilità che attraversa tutto ciò che si vede, la frattura è prevista, inclusa nel funzionamento delle cose, e proprio per questo neutralizzata. L'economia è una gallina dalle uova d'oro, un sistema che produce valore in modo continuo, una generatività rassicurante e inesauribile.

Gli animali sono i protagonisti del suo primo libro *Don't Feed the Animals* (Eyeshot, 2024), da cui è tratta una parte di fotografie esposte in mostra. Il titolo richiama i cartelli dei parchi o degli zoo, dove il gesto del nutrire l'animale è proibito perché altera l'equilibrio naturale. *New York si trasforma in un safari teatrale, una scena su cui si mette in atto il dramma del consumo*, scrive nell'introduzione Natasha Caragnano. Il libro si apre con una famiglia che sta per entrare al centro commerciale, il cui nome, *American Dream*, proietta un'ombra su tutto ciò che segue, buste di carne fresca, cataste di arance (*Arance in un supermercato a New York*, 2019), pomodori rossi (*Supermercato di Brooklyn*, New York, 2024), pezzi di anguria (*Angurie in un supermercato a New York*, 2019), caramelle scintillanti (*American Dream*, 2024), bibite colorate (*Summer office*, 2025).

Il titolo, *Non dare da mangiare agli animali*, da un lato, richiama una polemica implicita, uomini e animali sono così vicini da far sembrare gli uomini simili a "bestie" dedite al consumo. Dall'altro, sembra un invito a rispettare la differenza tra mondo umano e mondo animale, il sogno americano non va alimentato come una fantasia innocua, lasciarsi inghiottire dal consumo può avere un effetto destabilizzante.



Nelle fotografie della Buricelli, topi, piccioni, cani, mosche, formiche, abitano uno spazio di prossimità con l'uomo, si nutrono dei suoi scarti, inscrivendosi in una catena che non è naturale, ma piegata alla logica della merce. Non è più la parola a distinguere l'umano dal non umano, ma il rapporto con il consumo, l'uomo ne è schiavo, l'animale ne rivela la soglia.

La lingua rosa di un cane si distende sui resti di un gelato che una mano gli porge. Al centro della scena, il marchio *Häagen-Dazs* si impone con evidenza, richiamando immediatamente il contesto consumistico entro cui l'immagine si costruisce. Il cane, con gli occhi chiusi, si abbandona al piacere del gesto, si pulisce il muso, passa la lingua sui baffi, come se volesse trattenere fino all'ultimo residuo di dolcezza. Il mondo "pet" si configura ormai come un vero e proprio settore merceologico, e il cane stesso scivola verso una condizione ambigua, in cui il vivente si sovrappone al prodotto.

Un piccolo ratto è colto in primissimo piano, con il muso appoggiato al bordo di un bicchiere di carta. Sta cercando di bere, con una postura che richiama sorprendentemente un gesto umano, le zampe anteriori raccolte, il corpo leggermente inclinato, l'attenzione concentrata. L'occhio del ratto è lucido, riflettente, talmente definito da sembrare consapevole. Sul bicchiere, la scritta *Popeyes*, nome di una catena di fast food, è sinonimo di un consumo rapido, urbano, seriale, ma anche di uno slittamento di senso, il marchio trasforma una scena di sopravvivenza animale in un frammento di vita urbana.

Gli animali evocano l'immaginario fotografico del bianco e nero, fatto di leggerezza e rigore, si pensi a Elliott Erwitt, che riporta l'immagine verso una povertà visiva capace di opporsi al debordare del colore. In questa sottrazione si apre anche una dimensione più ambigua, in cui la presenza animale richiama l'idea di decomposizione e di scarto, fino a suggerire una prossimità con l'escrementizio.

La mosca appoggiata su un sacchetto di cellophane che contiene qualcosa di liquido e le tre mosche sul bicchiere di carta di una bibita, trasformano la merce in marciume. Viene da pensare, per contrasto, alla *Città invasa* di Roberto Salbitani, dove una mosca enorme occupa il manifesto pubblicitario strappato e si sovrappone allo spazio urbano, l'animale smette di essere soggetto e diventa misura, non tanto ciò che si vede, ma ciò che altera il vedere.

Le formiche agiscono come un altro elemento destabilizzante. La massa bianca di un popcorn, compatta e luminosa, resa ancora più evidente dal taglio ravvicinato, si presenta come un centro visivo stabile, quasi rassicurante nella sua unità.

Eppure, ai margini di quella forma chiusa, il brulichio delle formiche introduce una frizione, ne lavora i bordi, ne disgrega la leggibilità. La fotografia, non registra soltanto una presenza animale, ma una soglia percettiva in cui l'immagine si apre a una lenta e inevitabile invasione.

Nata a Venezia, la Buricelli porta con sé un paesaggio dove i piccioni sono una memoria indelebile in cui si sfiorano biografia e storia della fotografia. Il piccione, animale urbano per eccellenza, torna come indice dello sguardo fotografico. Non è secondario ricordare che, tra le due guerre, i piccioni furono utilizzati anche come dispositivi fotografici, piccoli apparecchi automatici fissati al corpo trasformavano il loro volo in una sequenza di immagini, anticipando la logica dei droni. In questa prospettiva, il piccione è uno sguardo delegato, un'estensione tecnica dell'occhio umano. I due piccioni fotografati dalla Buricelli si posano sulle lettere di un'insegna, *shops*, aderendo letteralmente al linguaggio della città.

E poi ci sono le persone, che hanno gli stessi colori delle merci, dei manifesti pubblicitari e dei muri, come accade alla donna il cui abito si confonde con gli scaffali delle merci che sta osservando, fino a diventare quasi indistinguibile (*Shopping in un mercato in Manhattan*, New York, 2024). Non c'è un vero volto, un'identità definita, come nell'immagine di un uomo sotto l'ombrellone (*Car show in New Jersey*, 2018), di cui vediamo solo un braccio. Il corpo è frammentato, ridotto a dettaglio, amputato dello sguardo. Alcune figure sembrano manichini, portano addosso oggetti e prodotti, li espongono. A quel punto la distinzione si sfalda; non sono più corpi che usano le merci, ma superfici che le mostrano, figure umane diventate oggetti tra gli oggetti.

Nelle immagini della Buricelli, il colore e il flash non funzionano come strumenti ironici. Non c'è quello scarto leggero che permette allo sguardo di prendere le distanze e misurare ciò che vede. Il suo lavoro non agisce per sottrazione, ma per eccesso, il linguaggio pubblicitario viene portato al limite, fino al punto in cui smette di essere persuasivo e diventa opprimente.

Si potrebbe dire più Weegee e meno Martin Parr. Non c'è un crimine da registrare, nessun evento violento che interrompa il reale, eppure permane una sensazione di allarme, qualcosa è caduto, qualcosa è accaduto. Nelle immagini della Buricelli la caduta, oltre a essere un fatto fisico, diventa l'indizio di un evento, di una frattura minima nel flusso levigato del consumo. Come nella fotografia di Weegee, ciò che è già successo, per esempio una bibita a terra o un prodotto fuori posto, assume la forma di un crimine visivo.

La scena è più drammatica che ironica. Il torso maschile, senza testa, braccia e gambe, cosparso di olio abbronzante, non funziona come nelle opere di Martin Parr, dove l'eccesso diventa caricatura del desiderio turistico e del corpo esposto. Qui il risultato è una sottile inquietudine, ciò che è leggero si carica improvvisamente di una densità inattesa.

La mano è un elemento decisivo. Spesso tiene un prodotto oppure è ripresa nell'atto di afferrarlo. L'immagine sembra dirci: *non limitarti a guardare, prendi. Fai tuo ciò che vedi*. Emerge con chiarezza la natura provocatoria del lavoro, trasformare anche il gesto del guardare in consumo.

Lucia Buricelli trasferitasi da Venezia a New York, è vissuta in due città conosciute più come brand culturali e turistici che come spazi vissuti nella loro dimensione quotidiana. Questo doppio riferimento spaziale, da una città d'arte storica a una metropoli globale, suggerisce un confronto implicito tra l'intensità dell'esperienza privata e l'uso commerciale dell'immagine urbana. La città, quindi, diventa un

oggetto fotografabile oltre che abitabile, in bilico tra gli specchi deformanti di Coney Island e la distopia immaginata da Banksy con *Dismaland*.

Il libro si chiude con un dittico. Nella prima immagine, un procione si avvicina a una fotocamera tenuta in mano da una persona. Il muso dell'animale è vicino al retro della macchina e il suo occhio sembra guardare dentro il mirino. Il fotografo viene esautorato o meglio, assorbito. Non guarda più attraverso il dispositivo, ma è guardato attraverso di esso. Nella seconda immagine si vede una borsa di plastica vuota con la scritta "I love New York", abbandonata in un prato. A differenza di quella gonfiata dal vento in *American Beauty*, non c'è riscatto estetico, nessuna epifania.

La vera *american beauty* è quella di una statuetta in plastica di *Betty Boop* (*At the fair*, 2024) in costume rosso, appoggiata sullo scaffale di un camioncino di street food, in mezzo a lattine di pomodoro, salsicce, peperoni, bandierine americane. Una bellezza che non si eleva e non si dissolve, intrappolata nella superficie delle cose, tra consumo e citazione, resto iconico che continua a occupare lo spazio senza promettere significato.

In copertina, fotografia © Lucia Buricelli.

Lucia Buricelli, [Everything Is Bright Here](#), Galleria Zema, Roma, fino al 28 maggio 2026.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.

Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

