

Facoltà di **Scienze Politiche**

Corso di Laurea Magistrale in **Comunicazione Politica, Economica ed Istituzionale**

Cattedra di **Etica della Comunicazione**

**Fotogiornalismo ed etica dell'immagine
nella società digitalizzata**

RELATORE

Prof. Paolo Scandaletti

CANDIDATO

Davide Macchia

Matr. 604352

CORRELATORE

Prof.ssa Marica Spalletta

ANNO ACCADEMICO 2007/2008

Indice

Introduzione	1
Capitolo I	
Il fotogiornalismo: storia ed evoluzione di una professione controversa	
1. Scrivere con la luce, come nasce la fotografia	12
1.1 <i>Fotografia come rappresentazione di un istante</i>	12
1.2 <i>Un'invenzione dalla paternità incerta</i>	14
1.3 <i>Negativo e positivo, comincia l'era della riproduzione</i>	19
1.4 <i>Diffusione e moda della fotografia</i>	24
1.5 <i>Fotografia come documento e testimonianza della realtà?</i>	26
2. Come nasce e si sviluppa il fotogiornalismo	29
2.1 <i>Le origini del racconto per immagini</i>	30
2.2 <i>Fotografie, giornali e riviste specializzate</i>	32
2.3 <i>I primi fotogiornalisti e la fotografia documentaria</i>	38
2.3.1 <i>Jacob Riis</i>	39
2.3.2 <i>Lewis W. Hine</i>	41
2.3.3 <i>La fotografia documentaria</i>	42
2.3.4 <i>La Farm Security Administration</i>	43
2.3.5 <i>Walker Evans</i>	44
2.3.6 <i>Dorothea Lange</i>	45
3. La parabola del fotogiornalismo nel XX secolo	46
3.1 <i>L'età d'oro del fotogiornalismo europeo. Il periodo fra le due guerre mondiali</i>	47
3.2 <i>«Life», il trionfo dell'immagine nei confronti della parola</i>	49
3.3 <i>Robert Capa, Henri Cartier-Bresson e i fotografi di Magnum Photos per la tutela dei propri diritti</i>	52
3.4 <i>La fase discendente. Agonia del fotogiornalismo classico e ricerca di risposte nuove</i>	54
4. Le tipicità del caso italiano	57
4.1 <i>Futurismo, fascismo, stampa illustrata</i>	57
4.2 <i>Dagli anni Settanta alla situazione attuale</i>	61

Capitolo II

La comunicazione per immagini, le deontologie e i codici di comportamento.	62
1. Contro una visione pittorialista della fotografia. Nasce la straight photography	63
2. La fotografia e lo Stato. La storia condizionata	64
2.1 <i>Unione Sovietica</i>	67
2.2 <i>Italia fascista</i>	69
2.3 <i>Germania: la Repubblica di Weimar</i>	70
2.4 <i>Germania: il Terzo Reich</i>	72
2.5 <i>Stati Uniti: la società americana</i>	74
3. Immagini autentiche o “confezionate” per il pubblico?	74
3.1 <i>Il Vietnam e il caso della bimba Kim Phuc</i>	75
4. Sull'etica dell'immagine, domande certe e risposte insicure	78
5. Quando a vincere è il dolore dei bambini	85
6. La necessità di codici di comportamento condivisi e rispettati	87
6.1 <i>La professione del fotogiornalista</i>	92
6.2 <i>Le regole di comportamento del professionista dell'immagine</i>	96
6.3 <i>Lo stato attuale, associazioni di categoria e codici deontologici</i>	100
6.4 <i>Il lavoro delle associazioni di categoria in Italia per l'individuazione di codici condivisi</i>	107

Capitolo III

Società digitalizzata e Citizen journalism: il cittadino della strada racconta la notizia. Dubbi e criticità

1. Non tutti i fatti sono notizie. Non tutte le fotografie sono foto giornalistiche	108
1.1 <i>News values e rilevanza mediatica delle foto giornalistiche</i>	108
1.1.1 <i>Processi di selezione e framing delle notizie</i>	110
1.2 <i>Le 5 W del fotogiornalismo</i>	113
1.3 <i>Chi è e cosa svolge il “vero” fotogiornalista</i>	116
2. L'avvento della tecnologia digitale e l'influenza sulla società	118
2.1 <i>Ad ogni epoca la sua tecnologia</i>	119
2.2 <i>I fattori che determinano la nascita e lo sviluppo della fotografia digitale</i>	120

2.3 Sensori, pixel e schede di memoria: l'immagine digitale	122
2.4 Photoshop, fotoritocco e fotomontaggio	125
2.5 Immagine autentica o sintetica?	126
2.6 Gli archivi digitali, la condivisione e le nuove funzioni sociali della fotografia	128
2.7 Le nuove funzioni sociali della fotografia	130
3. La falsa rivoluzione del digitale	131
4. Citizen journalism	135
4.1 Cittadino della strada e grande fotoreporter	136
4.2 L'esperienza italiana più interessante (ma purtroppo non riuscita) di citizen journalism	137
4.2.1 Il citizen journalism rappresenta un attacco alla professione del fotogiornalista? Pareri pro e contro	140
4.3 L'immagine del misterioso Banksy catturata dal videofonino. Un caso di citizen journalism, con molti (legittimi) dubbi	146
4.4 Il "Polling Place Photo Project", un caso di fotogiornalismo partecipativo	149
5. Reporter senza regole	151
5.1 Verso un tendenziale calo della professionalità	152
6. Fotogiornalismo: una professione a rischio d'estinzione?	155

Capitolo IV

Alluvione mediatica e bombardamento di immagini, democratizzazione della notizia o deriva patologica?	160
1. La società spettacolarizzata	161
1.1 Caratteristiche e patologie del fenomeno	162
2. Iper-rappresentazione del mondo	163
2.1 Usi e abusi della fotografia giornalistica	164
2.2 Democratizzazione e legittimazione del digitale	167
3. Documenti distorti e fotomontaggio: falsi storici, tendenza e moda	169
4. La "pornografia del dolore" e i cadaveri "quotati"	173
4.1 Kevin Carter, dal Premio Pulitzer al suicidio	177
4.2 Abu Ghraib, le foto, gli abusi	180

4.3 Un caso "italiano": Mugabe, il colera e «la Repubblica»	183
4.4 I bambini di Gaza	187
Conclusione	190
Appendice A – Interviste	194
Appendice B – Principali codici deontologici	199
Appendice C – Curiosità su alcuni famosi casi di falsificazioni fotografiche	210
Bibliografia	217

Introduzione

*A cosa serve una grande profondità di
campo se non c'è un'adeguata
profondità di sentimento?*

Eugene Smith

L'etimologia della parola *fotografia* deriva dalla lingua greca; due parole: *φως* (*phos*) e *γραφίς* (*graphis*) riassumono l'atto fotografico: scrivere (grafia) con la luce (fotos). Come ogni buona "scrittura" che si rispetti, anche per fare fotografia bisogna seguire attentamente alcune regole, non solo "grammaticali" per poter "scrivere bene", ma anche di carattere deontologico. Ciò accade soprattutto nel momento in cui l'oggetto della nostra indagine diventa un settore specifico della pratica fotografica: la fotografia documentaria e di reportage, quella fotografia che dovrebbe appunto "riportare" la realtà alla quale si assiste, esattamente così come avviene.

Il racconto degli eventi per immagini si presta, sin dalla sua nascita, a rivestire i panni di testimone privilegiato del fare giornalistico. Il successo della fotografia degli esordi risiede anche in questa caratteristica, «la fotografia veniva considerata, in epoca di positivismo, un procedimento scientifico che non poteva falsare la realtà»¹.

Tale pretesa di autenticità è stata sin dall'inizio considerata come la forza e la debolezza, allo stesso momento, della fotografia. Forza laddove l'immagine ha rappresentato il documento di autenticità che un dato fatto è successo, che una data persona è esistita. Il fotografo deve avere, infatti, necessariamente presenti davanti l'obiettivo i soggetti che riprende. Compito che non spettava invece al pittore nel momento in cui aveva intenzione di riprodurre una scena. L'immagine dipinta era sempre un'interpretazione artistica di ciò che il pittore aveva davanti agli occhi, o semplicemente immaginava nella sua mente.

Debolezza nell'istante in cui la capacità di assicurare all'osservatore la visione di un'immagine "certamente" autentica, è stata riconosciuta come un'arma di cui fotografi poco onesti e successivamente operatori della comunicazione, poterono servirsi per

1 Ciuffoletti Zeffiro, Tabasso Edoardo, 2005, *Breve storia sociale della comunicazione*, Roma, Carocci editore, p. 74

distorcere la valutazione del reale. Già un anno dopo l'invenzione ufficiale della fotografia, «nel 1840 il Talbot, illustrando la tecnica del suo procedimento negativo-positivo, faceva rilevare come fosse possibile intervenire sul negativo per mezzo del disegno e di altri accorgimenti in modo da arricchire, correggere o addirittura trasformare l'immagine originale, ossia la rigorosa riproduzione del vero. Egli arrivò persino ad additare la possibilità di applicare la testa di una persona sul corpo di un'altra: non era ancora il ritocco, ma era già una specie di fotomontaggio che fu subito sfruttato da fotografi malintenzionati per inscenare caricature e scherzi non sempre andati a lieto fine»². La politica e gli organi dello Stato non aspettarono molto prima di sfruttare tutte le potenzialità del nuovo mezzo, già intorno al 1860, ad esempio, il ritratto ufficiale dell'allora Presidente degli Stati Uniti Abraham Lincoln altro non era che un fotomontaggio composto dalla testa di Lincoln, “montata” sul corpo del politico John Calhoun³. A partire da quell'episodio, numerosi furono successivamente i casi in cui il potere statale si servì della fotografia come strumento di consenso e mezzo per influenzare l'opinione pubblica.

«La fotografia – scrive Zannier – [...] è stata inventata quando si maturò sociologicamente (fisiologicamente?) l'esigenza di ampliare l'informazione, offrendo dati più certi oltre che più doviziosi, come sembrava consentire la nuova tecnica di visualizzazione ottico-fotochimica, dalla inconfutabile “verosimiglianza”; nel contempo si determinava la necessità, anche politica, di trasmettere quelle sorprendenti e persuasive immagini, in una sempre più ampia sfera sociale, nell'evolversi di una democrazia che era nata nell'Era industriale, e pretendeva un mass medium fatto proprio così: meccanico, automatico, rigoroso»⁴.

Già pochi anni dopo la sua nascita, la fotografia raggiunge ben presto una posizione mediatica di rilevanza strategica: molto più efficace e diretta delle parole, molto più precisa dei disegni. Non appena le tecnologie di stampa e composizione delle pagine lo consentono, diventa così una presenza fissa sulle principali testate giornalistiche.

2 Enrie Giuseppe, 1960, *Il miracolo della fotografia – compendio storico della sua invenzione e del suo progresso*, Torino, Società Editrice Internazionale, p. 197

3 Vedi appendice C

4 Zannier Italo, 1993, *Fotogiornalismo in Italia oggi*, Quaderni di Fotografia 1, Venezia, Corbo e Fiore editori, p. 5

All'evoluzione tecnologica della comunicazione a mezzo stampa si accompagna anche un cambiamento nella società, «le informazioni che le fotografie possono dare incominciano a sembrare molto importanti in quel momento della storia culturale in cui si ritiene che tutti hanno diritto a un qualcosa che si chiama “notizie”. Le fotografie furono allora considerate un modo di fornire informazioni a persone non molto disposte alla lettura. Il “Daily News” continua a definirsi “Il quotidiano illustrato di New York” ed è la sua maniera di pretendere a un'identità populistica». In questo modo l'immagine diventa più matura e supera quella fase in cui la sua presenza si giustificava unicamente con ragioni decorative. «Partendo dall'immagine fotografica si è dato un nuovo significato al concetto di informazione. La fotografia è una sottile fetta di spazio, oltre che di tempo»⁵.

Consapevoli dell'importante ruolo che svolge la fotografia nel settore giornalistico, abbiamo deciso, in questo lavoro, di puntare l'attenzione proprio sul fotogiornalismo e in particolare sulle dinamiche che riguardano il delicato rapporto fra l'immagine e la sua etica, sia da un punto di vista di approccio del fotogiornalista ai fatti che documenta, sia dal punto di vista del trattamento delle immagini in ottica di pubblicazione.

«Le fotografie – scrive Susan Sontag – forniscono testimonianze. Una cosa di cui abbiamo sentito parlare, ma di cui dubitiamo, ci sembra provata quando ce ne mostrano una fotografia. In una versione della sua utilità, il documento fotografico incrimina. [...] le fotografie sono diventate un utile strumento degli stati moderni per sorvegliare e controllare popolazioni sempre più mobili. In un'altra versione della sua utilità, il documento fotografico comprova. Una fotografia è considerata dimostrazione incontestabile che una data cosa è effettivamente accaduta»⁶.

Il primo capitolo dell'elaborato si sofferma sull'aspetto storico del tema. Alla nascita della fotografia, avvenuta nella prima metà dell'Ottocento, segue la fase della sua diffusione e della crescente importanza che ricoprirà nella società industriale.

Quasi contemporaneamente nasce anche il fotogiornalismo. Il mezzo fotografico viene messo a disposizione dell'informazione e il suo impiego si accresce con il tendenziale perfezionamento tecnico della riproduzione fotografica e della stampa sui giornali.

5 Sontag Susan, 2004, *Sulla fotografia – Realtà e immagine nella nostra società*, Torino, Einaudi editore, p. 21

6 Ivi, p. 5

Le caratteristiche che distinguono il fotogiornalismo da altri generi fotografici sono sostanzialmente tre, e si possono riassumere nei seguenti termini inglesi:

- **Timeliness** – le immagini hanno un senso se pubblicate nel contesto del racconto di eventi accaduti di recente. La pubblicazione delle fotografie deve quindi essere tanto “veloce” quanto quella delle parole. Questo però non esclude che immagini fotogiornalistiche restino impresse per anni nell'immaginario del lettore, divenendo le icone di eventi storici di grande rilevanza.
- **Objectivity** – la situazione ripresa nelle immagini deve essere una fedele ed accurata rappresentazione degli eventi.
- **Narrative** – le immagini si relazionano ad altri elementi della notizia per poter meglio coinvolgere il lettore o lo spettatore.

A pochi anni dalla sua nascita, il fotogiornalismo comincia a registrare i nomi dei personaggi che daranno un'impronta decisiva al “fare informazione” tramite le immagini. Roger Fenton, Jacob Riis, Lewis W. Hine e Walker Evans, sono solo alcuni dei fotografi che imprimono al racconto per immagini il proprio stile personale e la propria professionalità. Il Novecento può essere definito, a ragione, il secolo della rappresentazione fotografica di storie ed eventi. La storia del fotogiornalismo assume un andamento parabolico e raggiunge il picco nel periodo fra la due guerre mondiali, il momento della sua età d'oro. In questa fase, e immediatamente dopo, si realizzano le esperienze più significative, fra tutte la nascita della cooperativa «Magnum» (divenuta poi la più prestigiosa agenzia fotogiornalistica al mondo) ad opera di Robert Capa, Henry Cartier-Bresson, David 'Chim' Seymour ed altri “grandi”, e della rivista «Life» (che ha raccontato attraverso le sue copertine la storia dei più importanti fatti e personaggi a partire dal secondo dopoguerra). Negli anni Sessanta-Settanta, lo sviluppo incalzante della televisione, che presenta un linguaggio immediato e spettacolare, accompagna il reportage fotografico alla strada del suo declino. La fotografia torna a ricoprire il ruolo di semplice illustrazione sui giornali e intanto si converte verso una tipologia di largo uso e consumo, è il boom della stampa scandalistica e sensazionalistica.

Il fotogiornalismo comincia quindi a cercare nuove formule, una nuova definizione dell'immagine che consiste soprattutto nel trasgredire quella concezione di "obiettività" caratteristica della fotografia, su tutti, di Cartier-Bresson.

Anche il reportage di guerra subisce una trasformazione decisiva, il conflitto indocinese segna il punto oltre il quale i fotogiornalisti non si troveranno più da soli sul teatro degli eventi, ma saranno circondati dagli operatori televisivi. La guerra in Vietnam rappresenterà l'ultimo conflitto con una forte componente fotografica, scompare la figura "romantica" del fotoreporter autonomo che da quel momento farà parte di singole unità di soldati, diventando fotografo *embedded*. Di pari passo, le fotografie cominceranno a perdere di quella veridicità che fino a poco tempo prima le qualificava.

Il primo capitolo si chiude con una panoramica del fotogiornalismo nel nostro Paese. Il caso italiano presenta alcune tipicità che lo distinguono dal resto dell'Europa e dagli Stati Uniti. La massima distanza si avverte soprattutto negli anni Sessanta, laddove negli altri Paesi si assiste ad un tendenziale declino, il fotogiornalismo italiano vive la sua età d'oro. Un'epoca che in realtà durò ben poco, assorbita anch'essa dall'inesorabile dominio della televisione.

La storia del fotogiornalismo in Italia è anche una storia delle fotografie non fatte, dell'uso e dell'abuso della notizia e dell'immagine, della censura politica, di quel distacco rispetto all'Europa che ha portato la stampa, se non in rari casi, a trascurare la fotografia.

I maggiori ostacoli allo sviluppo di un fotogiornalismo maturo furono però dovuti alla commistione fra potere politico, grandi aggregazioni editoriali e stampa, che ha condizionato le dinamiche del fotogiornalismo italiano, frenandone la maturità, favorendo l'affermarsi di una fotografia d'agenzia neutra e di bassa qualità e ostacolando lo sviluppo di qualsiasi forma di fotografia indipendente, ragionata, personale.

Il secondo capitolo dell'elaborato approfondisce in maniera più specifica la grande capacità comunicativa che hanno le immagini, punta l'attenzione sui condizionamenti che da essa possono scaturire e fa luce sulle norme deontologiche, scritte e non scritte, per evitare che ciò accada.

Qual è lo scopo del fotogiornalismo? Quali sono i parametri di riferimento della comunicazione per immagini? Quali i suoi confini?

La storia dell'informazione per immagini è sempre stata accompagnata da tali interrogativi. Con la stampa sui giornali e la sua diffusione di massa, la fotografia incontra l'etica e comincia ad affrontarla: cosa pubblicare, dove e come pubblicarlo. L'affermazione del mestiere del fotogiornalista, poi, porta i professionisti dell'immagine a darsi delle regole, codici deontologici con i quali confrontarsi.

Ci si rende conto, sin da subito, che la fotografia rappresenta uno strumento di persuasione forte: temuta dai governi e il più delle volte, per questo, manipolata.

Fotomontaggi, elaborazioni, scelte editoriali (pubblicare o meno una foto, descriverla, contestualizzarla, richiedere un determinato tipo di immagini), valutazioni fotografiche in fase di scatto, sono tutte occasioni suscettibili di un apporto personale, quindi soggettivo e per definizione non obiettivo. Detto ciò, può considerarsi ancora vera l'affermazione che «la macchina fotografica [...] non mente mai»⁷?

A partire dalla seconda metà dell'Ottocento, la fotografia raggiunge una maturità tale per cui si rivela capace di costituire un rapporto di riproduzione diretta della realtà. La potenzialità persuasiva di cui disponeva non passò inosservata e ben presto nulla fu più in grado di sottrarre la rappresentazione fotografica al controllo della macchina politica.

Nel paragrafo dedicato al rapporto fra la fotografia e lo Stato, è ben evidente quanto sia forte e finalizzato l'intervento dei principali Paesi sulla scena internazionale nei confronti del mezzo fotografico. Tale ingerenza si manifesta in special modo nel periodo fra le due guerre mondiali, e la conferma viene dallo studio dei casi più significativi: l'Unione Sovietica, l'Italia fascista, la Germania durante la Repubblica di Weimar e in epoca nazista ed infine gli Stati Uniti dell'emergente società americana.

Un'istantanea di queste esperienze ci riporta il risultato inequivocabile di come, in contesti liberali, la fotografia manifesti senza inibizioni le proprie potenzialità espressive. Mentre nei Paesi caratterizzati da sistemi autoritari e dittatoriali l'informazione ne risulti imbavagliata e spesso resa strumento di propaganda politica.

Ogni fotografia, fra quelle che restano impresse nell'immaginario collettivo, porta con sé una storia condizionata dal contesto politico e sociale entro il quale viene scattata. La forza espressiva di una fotografia la porta ad essere uno strumento di persuasione forte e

7 Citato in Papuzzi Alberto, 2003, *Professione giornalista*, Roma, Donzelli, p. 115

come tale viene sfruttato nei confronti dell'osservatore.

Non è necessaria, però, l'esistenza di un sistema autoritario che controlli l'intero comparto dell'informazione per poter avere immagini "truccate", fotografie che grazie ad alcuni accorgimenti riescono a trasmettere un dato messaggio – a volte falso – oppure enfatizzano un contenuto già forte.

Entrano in gioco dinamiche che parlano di rispetto nei confronti dei lettori, che guardano le fotografie sulla base di un patto di fiducia con il professionista che le ha scattate. Di rispetto nei confronti dei soggetti ripresi, spesso fotografati in situazioni di estremo dolore e completa impotenza. Di rispetto verso la storia, nel momento in cui deve fare i conti con un approccio revisionista, che dubita delle fonti – e le fotografie sono fra queste – sulle quali fino a questo momento si è basata.

E allora cominciamo a pensare, è vera l'immagine del miliziano morente di Capa, è vera la fotografia dell'alza bandiera di Iwo Jima, o lo sventolamento della bandiera rossa dall'alto del tetto del Reichstag, è vera la fotografia della bambina in fuga dal Napalm in Vietnam?

Per cercare di capirlo, ci soffermiamo sul caso della bambina vietnamita Kim Phuc, ripresa dall'obiettivo del fotografo, Premio Pulitzer 1973, Nick Ut. Dopo aver analizzato nello specifico le storie intrecciate e la rilevanza che ha avuto questa fotografia nella valutazione degli eventi e nella percezione del pubblico, ci ritroviamo inevitabilmente a confrontarci con delle domande sull'etica dell'immagine e sull'approccio che dovrebbe seguire il fotografo quando si ritrova coinvolto in situazioni di grave pericolo e disagio, per sé e i soggetti che riprende.

Le domande sono tante, e le risposte non sempre esaustive o soddisfacenti. Per cercare di ovviare a questo problema emerge l'intervento di codici deontologici e regole di comportamento, per i fotografi, gli editori e i professionisti dell'informazione in genere.

Il settore dell'informazione è uno degli ambiti professionali per i quali più spesso si sente parlare della necessità di un'etica o, con un termine sostanzialmente sinonimo, di una deontologia, alla quale chi esercita questa professione dovrebbe attenersi.

Come per i giornalisti della carta stampata, e gli editori, anche i fotogiornalisti sono tenuti a mantenere un certo standard etico nei propri lavori. È necessario che ogni pubblicazione sia il risultato di una serie di regole, scritte e non scritte, le quali attestino che il contenuto

presentato sia una sincera e fedele rappresentazione delle immagini al pubblico.

Tali norme riguardano una vasta gamma di aspetti, che vanno dal come il fotografo deve comportarsi nel momento in cui scatta le sue immagini, passando per ciò che può fotografare o meno, fino al se e come l'immagine può essere alterata in camera oscura o al computer.

Non c'è dubbio di come questo quadro si sia sviluppato ed evoluto nel tempo, influenzato da fattori quali la capacità tecnologica e i valori etici della società. Un quadro che è tuttora in continua evoluzione.

Non esistendo una disciplina giuridica unitaria e precisa riguardo l'etica dell'immagine e la professione fotogiornalistica, l'identificazione delle regole di comportamento da seguire viene affidata alle principali testate giornalistiche e alle associazioni di categoria che, con codici di comportamento interni, disciplinano le attività dei propri iscritti e dei collaboratori. Nell'ultimo paragrafo del secondo capitolo, dopo aver definito i termini che distinguono il “mestiere” del fotogiornalista, focalizziamo la nostra attenzione proprio su questi codici deontologici e le regole di comportamento che ne derivano.

I principali codici – riportati anche in appendice – sembrano convenire tutti su alcuni punti fondamentali, che riassumiamo in: obiettività, responsabilità, completezza, integrità e indipendenza. Si tratta delle linee guida che, necessariamente, bisogna seguire per fare una giusta e corretta informazione, sia durante la fase operativa del *reporting* che in ambito di confezionamento della notizia per la pubblicazione.

I termini della nostra ricerca si affinano con il terzo capitolo, dedicando l'attenzione ad uno degli aspetti chiave del lavoro: l'inquadramento delle dinamiche connesse al fotogiornalismo e all'etica dell'immagine nella società attuale, completamente rivoluzionata dall'avvento della tecnologia digitale.

Il capitolo si apre con una premessa di carattere concettuale che ha lo scopo di mettere in evidenza la rilevanza mediatica del fotogiornalismo e i criteri di notiziabilità delle immagini. Il presupposto della notizia sta nel “fatto”. A partire da questo si passa al suo confezionamento e alla successiva pubblicazione. Ma in base a quali valori e dati quali meccanismi avviene questo decisivo passaggio? Cosa significa informare con le immagini? Secondo Papuzzi, «se la notizia è nell'immagine, applicare alla fotografia i principi e i

criteri della notiziabilità significa sottintendere questioni che fanno riferimento ad aspetti teorici e tecnici del linguaggio giornalistico. Cioè chiedersi se la fotografia implichi un rapporto peculiare con l'avvenimento e con il pubblico; in che modo rifletta il chi e il cosa, il quando e il dove, il perché e il come; se si possa riconoscere l'impiego di valori notizia come la vicinanza, la drammaticità, lo *human interest*, il prestigio sociale; se le fotografie abbiano il potere di rappresentare autonomamente le notizie oppure sia sempre necessaria l'integrazione delle didascalie»⁸.

Nel corso del Ventesimo secolo, appena trascorso, l'evoluzione tecnologica ha accompagnato lo sviluppo dei mezzi di comunicazione di massa. «Ogni medium ha avuto la sua tecnologia: ottico-chimica e meccanica per la fotografia e il cinema, acustica ed elettronica per la radio, tipografica per giornali e libri, e così via»⁹.

L'avvento dell'informatica e la diffusione dei computer, a partire dagli anni Ottanta, ridefinisce questo quadro rendendolo notevolmente più versatile. La tecnologia digitale consente di tradurre tanti linguaggi settoriali, tante pratiche comunicative differenti, in un unico linguaggio fatto di numeri, anzi, di soli due numeri: zero e uno. Il sistema digitale (che appunto può definirsi anche numerico), trasforma tutti i prodotti mediatici – la musica, le parole, le fotografie, i video – in documenti (*file*) composti da una serie finita di combinazioni numeriche.

La rivoluzione del digitale facilita e velocizza il trasferimento di informazione, portando a realizzare un nuovo posizionamento dei media che, grazie ad intrecci reciproci sempre più agili e frequenti (la cosiddetta “convergenza multimediale”), si ritrovano sotto il medesimo “ombrello digitale” creato dal computer e diffuso attraverso Internet.

Il rapido successo riscosso dalla fotografia digitale negli ultimi tempi è dovuto soprattutto ai numerosi vantaggi che si ottengono a livello di produzione, archiviazione e distribuzione. Scattare fotografie diviene un'operazione facilitata ed accessibile a tutti, vengono meno i costi dei materiali di consumo (ad esempio la pellicola) e si dà il via ad una produzione “massiccia” di immagini fotografiche, sebbene spesso di scadente qualità. Anche le precedenti fotografie scattate con tecnica analogica, possono essere digitalizzate

8 Papuzzi Alberto, 2003, op. cit., p. 119

9 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, Bologna, il Mulino, p. 111

per sfruttare al meglio i vantaggi dell'era “numerica”.

La conservazione dei dati diventa sempre più agevole, e i costi fissi delle memorie (sempre più capienti) e delle macchine fotografiche (sempre più avanzate) diminuiscono progressivamente. Gli archivi digitali sono via via più pratici e decisamente meno ingombranti rispetto ai vecchi archivi cartacei, di conseguenza la trasmissione e la diffusione delle immagini può contare su una sempre maggiore velocità e capillarità. Nello stesso momento, però, la possibilità di poter intervenire su ogni singola immagine diventa ancora più agevole e cade l'assioma secondo il quale la scena fotografata deve necessariamente trovarsi davanti l'obiettivo del fotografo al momento dello scatto. L'immagine digitale può essere, infatti, completamente creata al computer, con tutte le implicazioni di carattere etico che da questo possono derivare, soprattutto quando si ha a che fare con la delicata sfera dell'informazione, per la quale si presuppone, prima di ogni cosa, la verità. L'avvento nell'attuale società di una tecnologia così pervasiva e il mutamento radicale che ha determinato, porta a modificare in maniera profonda il senso e la funzione delle immagini, insieme ad una serie di pratiche sociali, usi, costumi, linguaggi e convenzioni fortemente radicate.

La tecnologia digitale fa emergere una nuova figura nel mondo dell'informazione, è il *citizen journalist* che comincia a “competere” con il fotogiornalista di professione e spesso lo supera per la fortuna di trovarsi nel posto giusto al momento giusto. A differenza del professionista che deve giungere sul luogo dell'accaduto, il *citizen* è già lì e può documentare la scena alla quale assiste grazie all'ausilio di macchine digitali sempre più piccole e portatili, comprese quelle incorporate nei telefonini. A scapito dell'etica e del “mestiere” del fotogiornalista a detta di alcuni, a vantaggio della sempre più pressante richiesta di notizie e veloce diffusione di informazione a detta di altri.

In ogni caso, si determinano di fatto un'alluvione mediatica e un “bombardamento” di immagini che rischiano di colpire il fotogiornalismo, relegandolo nell'oasi delle specie protette, delle professioni in via d'estinzione.

L'emergenza delle possibili patologie connesse ad uno sviluppo anomalo della società, influenzata dal virus della spettacolarizzazione, è il tema del quale si discute nel quarto ed ultimo capitolo dell'elaborato. In quella che definisco come la società delle

rappresentazioni e non dei fatti, si realizza una trasformazione genetica dell'informazione, che diventa *infotainment* (informazione-intrattenimento).

L'ambita democratizzazione della notizia viaggia sul binario incerto degli eccessi e dei possibili abusi nell'utilizzo delle immagini. Si rischia di degenerare in episodi che superano ogni dimensione etica, e ogni aspetto professionale. Ricordando un episodio molto recente ad esempio, alcune associazioni di categoria hanno tenuto a sottolineare che Fabrizio Corona non è un fotografo, che tutta la vicenda di “vallettopoli” e dei fotoricatti non è fotogiornalismo, che l'informazione per immagini ha tutt'altri valori, ed hanno ragione: non può una degenerazione che va “così oltre”, e nulla ha a che vedere con professionisti che giorno per giorno devono affrontare eticamente le difficoltà del proprio lavoro, compromettere i destini di una professione già fortemente ostacolata dallo strapotere delle agenzie e dall'ostracismo delle persone (per questo abbiamo deciso che tale aspetto della questione non poteva rientrare nei termini della nostra discussione).

“Lei non può fotografarmi! C'è la legge sulla privacy”, si sentono spesso dire i fotogiornalisti, sebbene stiano riprendendo manifestazioni pubbliche o fatti di cronaca. I media, e la televisione su tutti, condizionano fortemente la percezione degli spettatori e li attraggono con notizie sensazionalistiche e documenti che si rivelano spesso distorti. Le immagini opportunamente “trattate” e i fotomontaggi vendono una posizione, sia essa politica, economica o sociale a tutto discapito della corretta informazione e dei cittadini che ne sono i fruitori. Il fotomontaggio diventa una moda, il dolore viene “sbattuto” in prima pagina e il “cadavere” quotato in gallerie d'arte. Si tratta di numerosi aspetti di una stessa emergenza, nei confronti della quale è importante che tutti – dai cittadini agli operatori dell'informazione, dagli organismi politici ai tutori della legge – rivolgano una certa attenzione.

C'è bisogno di regole precise e di sanzioni certe. C'è bisogno della consapevolezza da parte di ogni “cittadino digitale” che l'informazione per immagini possiede un grande potere, e ricordando che «da un grande potere, derivano grandi responsabilità»¹⁰ è necessario che ognuno agisca nell'ottica di un fotogiornalismo etico e responsabile.

10 Ben Parker, Spider-Man (2002), [[http://it.wikipedia.org/wiki/Spider-Man_\(film\)](http://it.wikipedia.org/wiki/Spider-Man_(film))] (consultato il 10 febbraio 2009)

Capitolo I

Il fotogiornalismo: storia ed evoluzione di una professione controversa

1. *Scrivere con la luce, come nasce la fotografia*

1.1 *Fotografia come rappresentazione di un istante*

Non possiamo dare inizio ad una discussione sul fotogiornalismo e l'etica dell'immagine ad esso connessa, se non facciamo innanzitutto una premessa riguardo ciò che è alla base del processo di rappresentazione della realtà attraverso le immagini. Il presupposto di tale riproduzione è costituito ovviamente dalla fotografia. L'etimologia della parola *fotografia* deriva dalla lingua greca; due parole: *φως* (*phos*) e *γραφίς* (*graphis*) riassumono letteralmente la funzione di questa pratica artistica¹¹, ovvero scrivere (grafia) con la luce (fotos).

L'invenzione della fotografia fu incoraggiata da diversi fattori, alcuni di carattere storico e sociale, altri più prettamente tecnici. Il primo di questi fu la "memoria dello sguardo", che si era radicata nella coscienza delle persone di pari passo con il linguaggio. Italo Zannier scrive a tal proposito che

«La *memoria* dell'uomo [...] ha sempre cercato garanzie nei segni, sonori tattili grafici, promuovendo una sequenza di processi, che hanno impegnato unitariamente l'evolversi della nostra cultura [...]; per quanto riguarda l'immagine, si è passati a poco a poco, dai disegni delle caverne sino alla fotografia, una tecnica meccanica che realizza immagini talmente ricche di informazioni da costituire una seconda realtà [...].»¹²

In seconda istanza si tratta di fattori figurativi e in un certo senso pratici. Il principio ottico su cui si basa la fotografia è la *camera obscura*, e fin dal Rinascimento era utilizzata dagli artisti per poter disegnare in modo prospettico più agevolmente e con precisione. Essi in sostanza avevano la possibilità di "ricalcare" su carta l'immagine che, capovolta, veniva

11 A differenza di quanti non considerano la fotografia una pratica artistica, per Zannier la fotografia è arte, in quanto mezzo espressivo, linguaggio, prodotto estetico. Zannier Italo, 1993, *Fotogiornalismo in Italia oggi*, cit., p. 5

12 Zannier Italo, 1982, *Storia e tecnica della fotografia*, Bari, Laterza, pp. 1-2

proiettata su una lastra di vetro.

Si ritiene che i primi studi su tale fenomeno vennero condotti addirittura da Aristotele, il quale osservò che la luce, passando attraverso un piccolissimo foro, proiettava un'immagine circolare. Fu però lo studioso arabo Alhazen Ibn Al-Haitha che a ridosso dell'anno Mille descrisse questo fenomeno ottico, assegnandogli il nome di *camera obscura*. Da quel momento, successive implementazioni tecniche, quali l'applicazione di lenti convesse¹³ e dispositivi per ridurre le aberrazioni¹⁴, consentirono di ottenere una migliore qualità e definizione dell'immagine riflessa.

Il percorso che portava all'invenzione della fotografia era, però, ancora lungo. Un'accelerazione di questo processo avvenne solo tra la fine del Settecento e l'inizio dell'Ottocento, e coincise con un fattore sociale decisivo: l'ascesa della nuova borghesia.

Far parte della classe borghese significava anche riprendere tradizioni, usi e stili di vita dell'aristocrazia. Fra questi, la consuetudine del ritratto di famiglia, un vero e proprio *status symbol*. Gli appartenenti alla nuova classe sociale però, a differenza dei nobili, si caratterizzano per la parsimonia nelle proprie scelte, e quindi anche le opere figurative dovranno essere a buon mercato e facilmente riproducibili per una più ampia diffusione. Parallelamente a questo fenomeno aumenta, anche in campo editoriale, la richiesta di libri e periodici illustrati¹⁵.

Il passo fondamentale da compiere, perché si potesse avviare e diffondere la pratica fotografica, restava la combinazione dei fenomeni ottici già scoperti e studiati fino a quel momento, con particolari fenomeni chimici che consentissero alle immagini di restare impresse su un supporto materiale.

13 Nel 1550, Gerolamo Cardano utilizzò una lente convessa per aumentare la visibilità dell'immagine

14 Nel 1568, il veneziano Daniele Barbaro utilizzò un particolare diaframma di diametro inferiore a quello della lente per ridurre le aberrazioni

15 Chini R., 1969, *Storia, tecnica e critica della fotografia*, in AA. VV., Enciclopedia della stampa – Panorami storici II, Torino, Società editrice internazionale, p. 401

1.2 Un'invenzione dalla paternità incerta

Nonostante sin dall'antichità si conoscessero sostanze fotosensibili, solo nel 1727, il chimico tedesco J. H. Schulze giunse, attraverso i suoi studi, ad una descrizione scientifica del carbonato d'argento e alla sua capacità di annerirsi in seguito all'esposizione alla luce del sole. Sebbene quindi, quello di Louis Daguerre, sia il nome che più diffusamente si associa alla nascita della fotografia, in realtà, a lui si deve la capacità di saper sintetizzare e concretizzare le teorie altrui, trovarsi nel posto giusto al momento giusto, e perché no avere un po' di fortuna in più rispetto a chi lo ha preceduto, poiché furono altri prima di lui a giungere a quei procedimenti che permisero la scoperta delle tecniche fotografiche.

Gli esperimenti condotti da Schulze, furono ripresi nella seconda metà del Settecento da Scheele e Senebier e successivamente da Wedgwood e Davy, i quali tentarono, nel 1802, la strada dell'applicazione pratica della fotosensibilità dei sali d'argento. I due infatti ottennero delle impressioni in negativo su supporto cartaceo trattato con nitrato d'argento ma, nella relazione per il «Journal of the Royal Institution of Great Britain», dovettero annotare che non era stato compreso il meccanismo per interrompere il processo di sensibilizzazione e consentire all'immagine impressa sulla carta di non perdere contrasto se mantenuta alla luce.

Il 1819 segnò un'altra data importante nell'evoluzione delle scoperte che condussero alla definizione della tecnica fotografica: l'astronomo inglese Sir John Herschel documentò la solubilità dei sali d'argento non esposti alla luce in tiosolfato di sodio, la scoperta di questo elemento di fissaggio dell'immagine fotografica venne resa nota, insieme a Talbot, solo nel 1839. Il nome di Herschel verrà ricordato anche per altri motivi. A lui, infatti, venne attribuita l'introduzione dei termini *fotografia*¹⁶, *negativo* e *positivo*.

La data che, più di altre, resterà nella storia della fotografia è senza dubbio il 1839, anno in cui Louis Daguerre definirà la tecnica del dagherrotipo¹⁷. La dagherrotipia (che

16 Pur essendo questo il primo caso documentato, in realtà, la paternità del termine *fotografia* è ancora incerto.

17 Immagine fotografica positiva, ottenuta attraverso il processo della dagherrotipia, messo a punto da Louis-Jacques Daguerre a partire dal 1837 e presentato ufficialmente il 19 agosto 1839 all'Académie des Sciences e all'Académie des beaux-arts di Parigi riunite, con un discorso del fisico e deputato François

prese proprio dal nome del suo ideatore), fu un perfezionamento dell'eliografia di Niépce. Si trattava di un'unica prova su lastra di rame argentata, sensibilizzata con vapori di iodio e "svilupata" con vapori di mercurio. A questo punto, però, sentiamo la necessità di fare un passo indietro...

Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833), a Gras, presso Châlon-sur-Saône, aveva già sperimentato, nel 1814, un nuovo sistema per semplificare l'incisione sul metallo. Niépce, che dal 1801 aveva concentrato il suo interesse sulla litografia, (il procedimento di stampa a mezzo di pietra incisa), pensò di perfezionare quel sistema tipografico e sostituì la pietra con una lastra di stagno. Ciò che si proponeva era di trovare un mezzo affinché fosse la luce a "disegnare" l'immagine. Allora prese una lastra di rame argentato, la ricoprì di un sottile strato d'asfalto e la collocò in una cassetta di legno (la quale serviva da camera oscura) di fronte a una tavola dipinta. Dopo una giornata, le parti dello strato di bitume che erano rimaste "impressionate", cioè esposte all'azione della luce riflessa dalle zone più chiare del dipinto, diventarono bianche e le altre restarono nere. Allora Niépce immerse la lastra in un bagno d'essenza di lavanda – con lo scopo di sciogliere il bitume¹⁸ non impressionato, lasciando intatto quello reso bianco dalla luce – e sulla lastra di rame argentato restò così soltanto il bitume riprodotto l'immagine in negativo. A questo procedimento – che rappresentò il primo passo di Niépce per preparare lastre per stampa – diede il nome di "eliografia".

Con queste parole Niépce definì la sua scoperta:

La scoperta che ho fatta, e che io indico con il nome di *eliografia*, consiste nel riprodurre *spontaneamente*, mediante l'azione della luce colle digradazioni di tinte dal nero al bianco, le immagini ricevute nella camera oscura.¹⁹

Arago. Il brevetto fu poi acquistato dallo stato francese. "Dagherrotipo" *Microsoft® Encarta® Enciclopedia Online 2008* <http://it.encarta.msn.com> © 1997-2008 Microsoft Corporation.

18 Si trattava del bitume di Giudea. Questa sostanza ha la proprietà di indurire se viene esposta alla luce per un lungo periodo di tempo, inoltre è solubile nell'olio di lavanda. Niépce rivestiva una lastra (prima di pietra e in seguito di peltro e rame) con bitume di Giudea, poi la metteva a contatto con un'incisione o una litografia resa trasparente con olio e cera, infine esponeva il tutto alla luce del sole. Quest'ultima passando attraverso la carta induriva il bitume rendendolo insolubile nel successivo trattamento con olio di lavanda, le parti inchiostrate invece, bloccando il passaggio della luce, lasciavano il bitume inalterato. A Niépce non restava che lavare la lastra con l'olio di lavanda in modo da far disciogliere il bitume non esposto e, fatto ciò, poteva intaccare la lastra, inchiostrarla e stamparla.

19 La *Notizia sull'eliografia di G. Niépce* è citata in Zannier Italo, 1982, *Storia e tecnica della fotografia*, cit., p. 60

Da qui ad applicare il procedimento alla fotografia il passo era ormai breve. Intorno al 1816, cominciò a usare la camera oscura per ritrarre immagini dal vivo. Il 5 maggio così scriveva al fratello Claude: «Ho messo il mio apparecchio sulla finestra aperta della stanza dove lavoro, dirigendolo verso la piccionaia. Ho fatto l'esperimento nel mio solito modo e ho ottenuto sulla carta bianca quella parte della piccionaia che si vede dalla finestra ed una debole immagine anche di questa, che era meno illuminata». In seguito alla scoperta Niépce lavorò alla ricerca di materie più sensibili all'azione della luce, continuò così a sperimentare con la sua camera oscura diversi *points de vue*, finché il 3 settembre 1824 riuscì a fissare i contorni di un paesaggio. Federica Muzzarelli scrive un'interessante riflessione sul termine utilizzato dall'inventore francese per i suoi esperimenti. In effetti, «vale la pena di sottolineare come, quando ancora non era stato coniato il termine “fotografia”, l'espressione “*points de vue*” utilizzata da Niépce fosse già carica di connotati



View from the Window at Le Gras by Joseph Nicéphore Niépce (1826)

teorici: l'idea della scelta tra ipotetici altri “punti”, le conseguenti non pretese di esaustività e di oggettività nella riproduzione del mondo, ecc.»²⁰ A mio parere la sua espressione risulterà profetica, ma questa è un'altra storia²¹.

Passarono due anni quando, nel 1826, dopo una posa che durò otto ore, da quella finestra dove un decennio prima aveva collocato la sua rudimentale strumentazione fotografica, su una lastra di peltro per eliografia, opportunamente trattata e disposta all'interno della sua camera oscura munita

20 Muzzarelli Federica, a cura di, 2000, *Origini e sviluppi della fotografia nell'Ottocento – Dispensa del corso di Storia della Fotografia Prof. Claudio Marra*, Università degli Studi di Bologna, Facoltà di Lettere e Filosofia – Dipartimento delle arti visive, Bologna, editrice Lo Scarabeo, p. 11

21 Niépce, come vedremo, morì nel 1833. Il termine che diede sostanzialmente il nome alla sua invenzione, la “fotografia”, venne coniato solo sei anni dopo la sua morte, nel 1839. Con l'espressione “*points de vue*” sembra che Niépce voglia precorrere i tempi, anticipando temi quali la soggettività, la non esaustività e talvolta la manipolazione e falsificazione delle immagini. Temi connessi alla – infondata – pretesa di obiettività dell'immagine fotografica e alla sua etica. Tutti argomenti che ci proponiamo di affrontare nel presente lavoro.

di diaframma, impresse, in positivo diretto, quella che poteva essere considerata la prima fotografia della storia.

Certo, non si trattava di un'istantanea, era stata necessaria una lunghissima posa, e con queste premesse non era neanche immaginabile fotografare un essere umano. Nonostante tutto, il piccolo grande passo nella storia della fotografia era stato compiuto. La corsa era avviata, ma ben presto la staffetta passò nelle mani di un nuovo proprietario. L'anno successivo Niépce incontra Daguerre, che all'epoca era noto al pubblico per l'invenzione di uno spettacolo assolutamente nuovo e sorprendente, che aveva luogo nel Diorama²².

Daguerre, alle prese con il problema del fissaggio delle immagini ottenute per azione della luce solare, venne a conoscenza che tale problema era stato risolto da Niépce qualche anno prima. Lo stesso Niépce, da parte sua, desiderava confrontarsi con i risultati che Daguerre si vantava d'aver ottenuto con analoghi esperimenti. Pur non dandone prova, infatti, sosteneva di aver messo a punto un procedimento più semplice e sicuro per il fissaggio delle immagini. Così, il 5 dicembre 1829, a Chalon-sur-Saône, Niépce e Daguerre firmano un contratto di associazione, che cominciava con queste parole:

«Il signor Niépce, desiderando fissare con un nuovo mezzo, senza ricorrere a un disegnatore, le vedute che offre la natura, ha compiuto ricerche in proposito. Numerosi esperimenti che provano questa scoperta ne sono il risultato. La scoperta consiste nella riproduzione spontanea delle immagini ricevute nella camera oscura. Il signor Daguerre, al quale egli ha rivelato la sua scoperta, avendone valutato tutto l'interesse, tanto più che essa è suscettibile di un grande perfezionamento, offre al signor Niépce di unirsi a lui per giungere a questo perfezionamento e di associarsi per trarre tutti i vantaggi possibili da questo nuovo genere di industria...»

All'epoca Niépce aveva già 64 anni, mentre Daguerre ne aveva appena compiuti 30. La storia che segue ci insegna che chi ne trasse davvero dei vantaggi, anche e soprattutto in

22 Il Diorama aprì al pubblico l'11 luglio 1822. Fece furore per diciassette anni, fino a quando, il 3 maggio 1839, un incendio lo distrusse in meno di due ore. Ricostruito poco tempo dopo fu, per un nuovo sinistro, ridotto in cenere una seconda volta. Il Diorama era una sala circolare capace di contenere 350 persone. Lo spettacolo consisteva nella presentazione, su una piattaforma girevole, di vedute dipinte su tele di cotone trasparenti. Queste erano disposte prospetticamente su una profondità di 15-20 metri. Ogni quadro poteva raggiungere la lunghezza di 22 metri e la larghezza di 14 ed era illuminato in modo da ottenere un gioco di ombre e di chiaroscuri capaci di riprodurre con fedeltà incredibile tutti gli effetti della luce in natura.

termini di fama, fu il giovane francese, furbo e fortunato ad aver fiutato la grande valenza delle intuizioni di Niépce.

Una volta conosciuti i dettagli del procedimento eliografico del “socio-collega” Niépce, Daguerre lavorò in modo da perfezionarlo, utilizzando altre sostanze che, grazie alle loro proprietà, erano in grado di riprodurre anche le parti chiare dell'immagine, ottenendo la gradazione delle tinte.

La collaborazione con Niépce si concluse nel 1833, anno in cui morì colpito da trombosi cerebrale. Il suo posto nell'associazione venne preso dal figlio Isidore. Da quel momento il contratto venne modificato due volte e, alla fine il nome di Niépce scomparve²³. Fu così che Daguerre seguì con i suoi esperimenti. Il caso e a alcune decisive intuizioni lo portarono a perfezionare la sua tecnica che, grazie all'uso di lastre preparate con joduro d'argento e sviluppate con vapori di mercurio, consentiva di ottenere immagini nitide e ben fissate anche con pochi minuti di esposizione.

Daguerre giudicò i nuovi perfezionamenti considerevoli e decise che era giunto il momento di farsi conoscere come l'inventore della nuova arte: fece brevettare speciali apparecchi per il dagherrotipo; Chevalier fornirà le lenti per gli obiettivi; ad Alphonse Giroux – suo cognato – fu dato il compito di costruire e smerciare, con enorme successo, un apparecchio per dagherrotipia che misurava cm. 30 x 37 x 50 e che era corredato di alcune lastre sensibili e dei prodotti occorrenti per la stampa.

I *dagherrotipisti*, in Francia e in Inghilterra, cominciarono ad eseguire ritratti che andavano dal formato 4x5 a quello 17x22 cm. Tali ritratti venivano poi montati su astucci di metallo dorato e venduti. Dopo che il procedimento di Daguerre venne reso pubblico nel 1839, il dagherrotipo si diffuse enormemente e da questo successo si posero le premesse per i successivi sviluppi che condussero al successo della fotografia. Ciò che piacque fu la brevità dei tempi di posa, la definizione dei particolari e il fatto che si prestasse a sostituire la miniatura nei casi dei piccoli ritratti. Il dagherrotipo si diffuse oltre che in Europa, anche negli Stati Uniti. Si trattava di una vera e propria “*dagherrotipomania*”. Su la *Storia della fotografia* di Madesani leggiamo che «la dagherrotipia divenne una moda e possedere un dagherrotipo quasi una necessità. La

23 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 25

maggior parte delle persone non ne faceva una questione di ordine scientifico-intellettuale, ma gridava al miracolo di fronte al fatto che, attraverso una macchina, si potesse catturare la realtà in tutta la sua veridicità e che finalmente la si potesse registrare»²⁴.

Lo stato francese acquisì i diritti sul dagherrotipo e questo consentì la libera diffusione del procedimento, determinando una larghissima diffusione su scala internazionale. Lo stesso Daguerre scrisse un breve manuale sul funzionamento dell'innovazione che portava il suo nome. Un libricino del quale vennero fatte trenta edizioni in nove lingue, nell'arco di un anno e mezzo. Una diffusione incredibile – considerando che siamo ancora nella prima metà dell'Ottocento – sintomo dell'efficacia «di una nuova forma di registrazione e di espressione a carattere universale, comprensibile a tutti, diversamente dalla scrittura che obbedisce a lingue fra loro incomprensibili». Di fatto stava avvenendo, in quegli anni, la «consacrazione internazionale della nascita di un nuovo linguaggio dell'immagine»²⁵.

1.3 Negativo e positivo, comincia l'era della riproduzione

Il dagherrotipo fu una moda che di lì a poco sarebbe scomparsa, rappresentava ancora un concetto di opera figurativa unica, non riproducibile ed anacronistica rispetto alle tendenze dell'epoca. Dopo poco meno di un ventennio, la tecnica del dagherrotipo «finirà perché non riesce ad assecondare l'ansia di moltiplicazione dei testi e di riproducibilità tecnica che rappresenta lo spirito del XIX secolo, e vedrà l'affermazione di un altro modello di fotografia, che discende dagli esperimenti inglesi di un contemporaneo di Niépce e Daguerre, Henry Fox Talbot, e permette di riprodurre più copie»²⁶.

Fox Talbot, quando – il 12 gennaio 1839 – la «Literary Gazette» inglese diede notizia dell'invenzione di Daguerre, decise di concentrare tutte le sue attenzioni ed il suo lavoro sulle ricerche che stava compiendo in ambito fotografico, studi cominciati già nel gennaio del 1834. Molto probabilmente Talbot capì sin da subito che la tecnica utilizzata da

24 Madesani Angela, 2005, *Storia della fotografia*, Milano, Bruno Mondadori, p. 5

25 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 21

26 Ivi, p. 25

Daguerre fosse diversa da quella che stava seguendo nei suoi esperimenti. Fu in quel momento che cercò di rivendicare la paternità della nuova scoperta «presentando, il 25 gennaio, nella biblioteca della Royal Institution una serie di *disegni fotogenici*, alcuni negativi su carta della casa di campagna dello stesso Talbot, eseguiti nel 1835, nonché – secondo quanto riporta la «Literary Gazette» del 2 febbraio – alcuni *disegni fotogenici* stampati in positivo.»²⁷

Fox Talbot cominciò ad interessarsi alla ricerca di un metodo che consentisse di fissare le immagini su un supporto rigido quando, nel 1834, dopo un viaggio in Italia restò deluso per la sua incapacità di disegnare e quindi di riprendere la bellezza dei luoghi visitati.

Secondo la leggenda, l'ispirazione gli venne passeggiando in riva del lago di Como, per l'esattezza, nel suo *The Pencil of Nature* scriverà, «all'inizio dell'ottobre 1833, sulle rive del lago di Como, in Italia, mi divertivo a fare degli schizzi con la *camera lucida* di Wollaston, o meglio, tentavo di farli. [...] Dopo diversi inutili tentativi misi da parte lo strumento e... pensai di riprovare un metodo che avevo già cercato di sperimentare molti anni prima». Talbot cercava, così, il modo di conservare l'«inimitabile bellezza delle immagini dipinte da sole»²⁸. I procedimenti e le sostanze che usa per i suoi esperimenti sono simili a quelle utilizzate dai suoi contemporanei francesi, ma una differenza risulterà decisiva: «il procedimento di Talbot ha i colori invertiti, ciò che sarà più tardi chiamato negativo, e per giungere al positivo bisogna imprimere il negativo su un secondo foglio di carta sensibile, invertendo nuovamente il bianco e il nero. Con lo stesso metodo del negativo è possibile ottenere un numero molto elevato di copie positive»²⁹.

Alla fine del 1840 Talbot mise a punto il suo procedimento negativo-positivo, ed attingendo alla cultura classica, lo denominò *calotipia*³⁰, dal greco *kalós*, “bello”, e *typos*,

27 Mormorio Diego, 1996, *Storia della fotografia*, Roma, Newton & Compton editori, p. 23

28 Talbot William Henry Fox, 1844-46, *The Pencil of Nature*, Londra, Longmans, Brown, Green & Longmans; ristampa a cura di Newhall Beaumont, 1969, New York, Da Capo Press, citato in Mormorio Diego, 1996, op. cit., p. 23

29 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., pp. 25-26

30 Il processo della calotipia prevede la realizzazione di un negativo fotografico, dal quale possono venire stampati più positivi. Il negativo si ottiene da un foglio di ordinaria carta da scrivere, resa fotosensibile attraverso successive spennellature e bagni in soluzioni di nitrato d'argento, ioduro di potassio e acido gallico. Una volta asciutto, il supporto così preparato viene posto entro una semplice fotocamera con obiettivo, pronta per la ripresa fotografica. La carta trattata, esposta alla luce solare per un tempo variabile (di solito tra i 10 e i 60 secondi), rimane impressa, producendo il negativo; seguono lo sviluppo, con acido gallico e nitrato d'argento, e il fissaggio in sodio tiosolfato.

“segno”, “impronta”.

L'inventore inglese riuscì a cogliere ed introdurre un'importante novità connessa alla scoperta della fotografia. A Talbot, infatti, si devono le prime applicazioni della calotipia nell'illustrazione dei libri. Il già citato *The Pencil of Nature* (1844) e *Sun pictures in Scotland* (1845) furono i primi libri al mondo ad essere illustrati tramite la macchina fotografica. I volumi che compongono l'opera contenevano da tre a sette fotografie, applicate direttamente sulle pagine. Talbot teneva a sottolineare, riguardo al suo libro, che

La Dagherrotipia è ormai ben nota al pubblico, essendo stata largamente usata per eseguire ritratti dal vero, mentre l'arte inglese (chiamata *Disegno fotogenico*, o *Calotipia*) è stata divulgata finora principalmente in associazioni private, e di conseguenza è meno conosciuta.

Si è pensato pertanto che una raccolta di esemplari genuini di questa arte, tratti dalla maggior parte dei suoi rami, non avrebbe mancato di interessare un gran numero di persone che finora non hanno avuto occasione di vedere alcun esemplare ben riuscito. Va chiarito che le lastre dell'opera che viene ora offerta al pubblico sono le immagini originali ottenute per azione della luce, e non incisioni fatte a loro imitazione...³¹

Oltre a rendere concreta l'idea della riproducibilità (e perciò di massificazione) delle immagini prodotte con la calotipia, *The Pencil of Nature* è importante anche per l'introduzione che Talbot vi appose con l'intenzione di far chiarezza sul suo metodo di lavoro. Infatti, contro ogni fraintendimento, l'inglese allegò alle copie della sua opera un foglietto recante un “Avvertimento al lettore” nel quale si affermava: «Le tavole di quest'opera sono impresse soltanto dall'azione della luce, senza alcun aiuto della matita dell'artista. Sono immagini create dal sole e non, come alcuni hanno immaginato, incisioni imitative»³².

L'interesse verso le due pratiche di riproduzione delle immagini crebbe

Il processo di stampa, con cui si ricava il positivo, è detto “a contatto”: il negativo viene appoggiato a faccia in giù sopra un foglio di uguale carta fotosensibile ed esposto alla luce solare. I raggi luminosi passano attraverso le zone traslucide (chiare) del negativo, imprimendo sul foglio sottostante l'immagine al positivo: il risultato è il calotipo. "Calotipo," Microsoft® Encarta® Enciclopedia Online 2008 <http://it.encarta.msn.com> © 1997-2008 Microsoft Corporation. Tutti i diritti riservati.

31 La dichiarazione di Talbot, del giugno 1844, è citata in Newhall Beaumont, 1969, *L'immagine latente*, trad. it, Bologna, Zanichelli, pp. 113-114

32 Citato in Muzzarelli Federica, a cura di, 2000, op. cit.

costantemente negli anni successivi alla loro diffusione. Il calotipo aveva una definizione inferiore rispetto all'invenzione di Daguerre, il che lo faceva avvicinare maggiormente alla pittura. Il dagherrotipo era molto più apprezzato perché, in un'epoca che ammirava la precisione della fotografia nella rappresentazione dei dettagli, la minore definizione, o messa a fuoco, era considerata un difetto.

Confrontato con il dagherrotipo, molto più diffuso, il calotipo presentava pregi e difetti, che ne condizionarono la varia fortuna. Caratterizzato dall'effetto sfumato prodotto dalla grana della carta del negativo, venne preferito dagli amanti della fotografia espressiva e rifiutato da chi apprezzava la nitidezza superiore del dagherrotipo. D'altro canto, la già citata possibilità di ricavare da un solo negativo numerosi positivi costituiva un grande pregio (la dagherrotipia produceva un unico positivo), come pure la facoltà di sperimentare, sempre in fase di stampa, una grande ricchezza di variazioni, nel tono, nei chiaroscuri, nel tipo di carta. Le stesse caratteristiche spiegano il suo affermarsi nel genere della fotografia di paesaggio e dello scorcio architettonico, mentre per il ritratto non resse mai la concorrenza del dagherrotipo.

Gli appassionati si divisero fra le due tecniche, e di pari passo con la loro diffusione cominciarono a verificarsi le prime manifestazioni sociali della fotografia: dall'interesse riscosso alla Prima Grande Esposizione Internazionale di Londra (1851), alle prime associazioni fotografiche³³, ai primissimi periodici e annuari specializzati.

Negli anni compresi tra il 1839 e il 1851, la ricerca in campo fotografico vide il susseguirsi di diversi protagonisti, fra questi va certamente citato Hippolyte Bayard (1801-1887). Con il senno del poi, il caso di Bayard, sfortunato funzionario del ministero delle Finanze, risulterà piuttosto simpatico, ma certo lui in quel momento non avrà pensato le stesse cose... il francese espose a Parigi, nel luglio del 1839, trenta fotografie

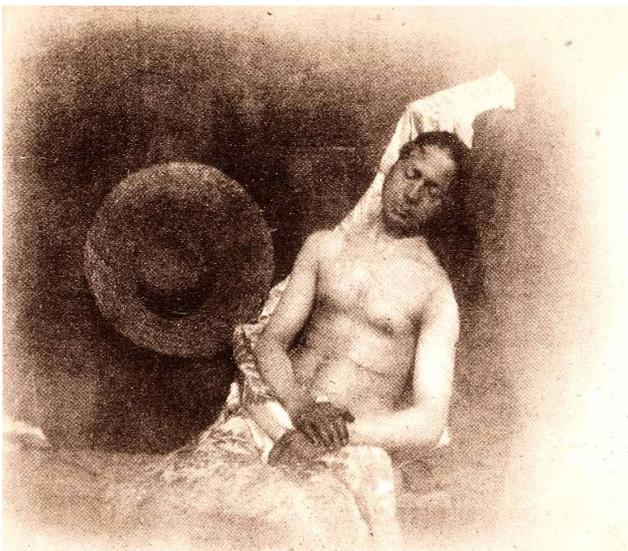
33 La più antica associazione fotografica fra quelle ancora esistenti è la "Photographic Society", fondata da Roger Fenton nel 1853 e poi rinominata "Royal Photographic Society" nel 1897. Sull'home page del suo website [www.rps.org] possiamo leggere quello che oggi, come al momento della sua fondazione, è lo scopo dell'associazione: "*promote the Art and Science of Photography*" (21 gennaio 2009).

La prima associazione di cui invece abbiamo notizia è la "Société Héliographique", fondata nel gennaio 1851 come un'associazione di artisti, letterati, e scienziati, con lo scopo di "accelerare la perfezione della fotografia". Ebbe vita breve – durò solo un anno – ma servì come modello per associazioni successive (molti dei suoi membri diventarono soci fondatori della Société Française de Photographie nel 1854), come il suo giornale, *La Lumière*, che ne ispirò molti altri successivamente. Rouillé André, 1989, *La Photographie en France, textes & controverses: une anthologie 1816-1871*, Macula

realizzate come positivi diretti su carta. Le sue ricerche si intensificarono all'indomani dell'annuncio dell'invenzione di Daguerre. Bayard, infatti, già da tempo compiva studi sull'azione chimica che svolge la luce, ed era riuscito a giungere a risultati molto simili (realizzazione di immagini negative su carta) rispetto a quelli ottenuti da Talbot nell'arco di poco tempo. Venendo, però, a conoscenza che le fotografie di Daguerre erano dei positivi diretti, concentrò l'attenzione su quest'altro procedimento, e allo stesso modo, in breve tempo, mise a punto il suo positivo diretto su carta.

Già nel marzo 1839, fu in grado di mostrare i risultati del suo lavoro allo scienziato François Arago il quale, per non compromettere le trattative con il governo per l'acquisto dell'invenzione di Daguerre, gli chiese di non rendere ancora pubblica la sua invenzione. Capitato nel posto sbagliato, nel momento sbagliato – troppa era la popolarità di Daguerre in quel periodo – dovette subire oltre al danno anche la beffa: il ministero dell'Interno, nel giugno 1839, gli corrispose 600 franchi, ufficialmente perché potesse acquistare una migliore apparecchiatura fotografica.

Bayard ne restò spiazzato e manifestò il suo disappunto tramite un macabro scherzo: si fotografò seminudo in posa di annegato, scrivendo nella didascalia: «La salma che vedete qui è quella del signor Bayard, inventore di un procedimento fotografico di cui vedrete presto i meravigliosi risultati. Per quanto mi è dato di sapere, egli ha dedicato circa tre anni al perfezionamento della sua scoperta. Benché egli consideri ancora imperfette le sue



Hippolyte Bayard (1840)

immagini, l'accademia, il re e tutti coloro che le hanno viste le hanno ammirate, come voi che lo state facendo. Ciò gli ha procurato molto onore, ma neanche una lira. Il governo che ha aiutato il signor Daguerre più del necessario, ha dichiarato di non poter far nulla per il signor Bayard, così l'infelice si è gettato nel fiume per disperazione»³⁴.

34 Mormorio Diego, 1996, op. cit., p. 26

Bayard, dunque, non ebbe certo la gloria che meritava per le sue scoperte, ma verrà ricordato come uno dei migliori fotografi del primo periodo. Egli fotografò utilizzando soprattutto la tecnica del calotipo inventata da Talbot. Memorabili rimangono le sue vedute di Montmartre e le sue immagini dei mulini a vento.

1.4 Diffusione e moda della fotografia

Il 1851 rappresenta l'anno di svolta per lo sviluppo della fotografia, l'anno che consacra il procedimento al collodio umido che soppianderà sia il dagherrotipo sia il calotipo. Riprendendo il procedimento di Talbot, si sostituisce la carta (che per la sua natura fibrosa produceva immagini sgranate) con una lastra di vetro e si sperimentano diversi collanti per far aderire la sostanza. I più efficaci risultarono l'albumina (il bianco d'uovo) e il collodio, un composto di acido solforico, nitrato di potassio, etere e alcool. Il processo al collodio, sperimentato dallo scultore inglese, permetteva di ottenere negativi finemente dettagliati e in tempi rapidi, sebbene il metodo risultasse più complesso dei precedenti, con l'uso del collodio e della contemporanea stampa all'albumina, la fotografia si lasciava alle spalle l'epoca dei primi inventori ed entrava prepotentemente nella seconda fase³⁵, che si sarebbe chiusa intorno al 1880, con l'avvento della gelatina bromuro d'argento.

L'introduzione di questa sostanza da parte di Richard Maddox nel 1871, consentì di

35 In questa fase la fotografia comincia a rivolgersi anche a territori finora preclusi all'occhio umano: l'infinitamente lontano e l'infinitamente piccolo. Grazie ai continui miglioramenti dovuti a materiali più sensibili, ottiche più luminose e tempi d'esposizione ridotti, si è ora in grado di adattare la macchina fotografica a microscopi e telescopi, si possono riprendere stelle ed astri, si fissa l'immagine di esseri umani, minerali, animali e luoghi in giro per il mondo.

«Il fotografo francese Nadar (Gaspard-Félix Tournachon), appassionato di palloni aerostatici, scatta nel 1859 la prima fotografia aerea, 80 metri sopra i sobborghi di Parigi [...] Ma la fotografia scende anche sottoterra e nelle profondità marine: sempre Nadar, utilizzando per la prima volta la luce elettrica a pila, fotografa i canali delle fogne di Parigi. È il 1861 [...] Quattro anni dopo, utilizzando la luce artificiale, si scattano fotografie sottomarine a 100 m di profondità».

Da quel momento in poi si assistette ad una vera e propria escalation. Nel 1865 una macchina fotografica, accoppiata ad un telescopio, permetterà di impressionare lontani corpi celesti, nel 1870 lo stesso avvenne con il microscopio che ci consentì di fotografare l'infinitamente piccolo e di averlo davanti agli occhi su un supporto fisico. Infine, nel 1895, la scoperta dei raggi X – per opera di Wilhem Röntgen – consentì di mettere a punto le radiografie, una speciale fotografia che supera il limite materiale del corpo umano. «In tutti questi casi la fotografia si incarica di allargare la percezione umana oltre soglie prima invalicabili». Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 29

ottenere il procedimento in uso ancora oggi e che ha visto progredire la tecnica fotografica in tutte le sue applicazioni. Il punto di svolta consisteva soprattutto in una semplificazione dell'intero processo, dal momento dello scatto fino alla stampa, e quindi rappresentò il primo passo verso la **fotografia istantanea** e la sua **diffusione di massa**. Nello stesso momento i costruttori si impegnavano a costruire ottiche adatte ai diversi tipi di ripresa, ed apparecchi fotografici dall'innovativo funzionamento e con la caratteristica di essere più facilmente trasportabili. Si era alle prese con una nuova industria in espansione che assicurava la concorrenza nei prezzi e lo stimolo nella ricerca. Aziende fotografiche che, grazie al loro impegno e sviluppo, portarono innovazioni anche nel campo dell'ottica e della fisica. Già nella seconda metà del 1800 furono fondate aziende come la Agfa, la Leica, la Carl Zeiss, la Ilford, la Nikon e la Kodak.

Proprio alla Kodak – fondata nel 1881 – ed in particolare al suo fondatore Gorge Eastman, va il merito di aver intuito che per rendere la fotografia un fenomeno era necessario rimuovere dal processo fotografico ogni studio preliminare e successivo allo scatto.

Nel 1884 introdusse la pellicola flessibile in celluloido e, quattro anni dopo, la prima *box camera*, una fotocamera rivoluzionaria che riduceva a tre le operazioni necessarie per effettuare una ripresa (Lo slogan pubblicitario della prima Kodak, nel 1888, era: «Voi premete il pulsante, noi facciamo il resto». E si garantiva all'acquirente che la fotografia sarebbe stata «senza sbagli»). Nella favola della fotografia, la scatola magica assicura veracità ed esclude l'errore, compensa l'inesperienza e premia l'innocenza³⁶.

La prima macchina istantanea Kodak, leggera, economica e con un'autonomia di 100 scatti, rivoluzionò il sistema della fotografia. Lo stesso Eastman diceva: «Chiunque abbia un'intelligenza sufficiente per guardare dentro una scatola e premere un bottone, può ora far fotografie».

Si realizzava così quello che era stato lo scopo che Eastman aveva formulato nel fondare la sua azienda: rendere la fotografia accessibile “a tutte le tasche e a tutte le intelligenze”. Il suo obiettivo era rendere la fotografia «semplice come disegnare»³⁷.

36 Sontag Susan, 2004, *Sulla fotografia – Realtà e immagine nella nostra società*, cit., p. 47

37 Con lo slogan “Voi premete il bottone. Noi facciamo il resto.”, nel 1888 George Eastman presentò al mondo la prima fotocamera facile da usare per il mercato di grande consumo. Compiendo questa impresa, Eastman rese semplice e accessibile a tutti un processo complesso e difficile da gestire. *Storia di Kodak* [www.kodak.com] La Kodak si dimostrò subito essere un'azienda all'avanguardia che avrebbe

La fotografia passa dall'essere un hobby riservato a pochi addetti ad un efficace mezzo di comunicazione, una vera e propria moda che consentiva alla nuova borghesia ascendente di poter affermare la propria presenza. Le fotografie ottocentesche – quattro quinti delle quali erano ritratti: singoli o in gruppo, di coppia o familiari – sembravano poter parlare per bocca dei loro protagonisti: “siamo presenti in una fotografia, siamo attratti dalle nuove tecnologie, siamo la moderna borghesia nascente”.

L'industrializzazione della tecnologia fotografica dava finalmente corpo a «un promessa insita nella fotografia sin dagli esordi: quella di democratizzare tutte le esperienze, traducendole in immagini»³⁸.

1.5 Fotografia come documento e testimonianza della realtà?

La differenza principale, che balzava sin dall'inizio agli occhi di tutti, fra pittura e fotografia, si basava sulla consapevolezza che un pittore può ritrarre persone, modificare la realtà, dipingere determinate scene, senza aver assistito direttamente a questi eventi, laddove la fotografia richiedeva che un operatore fosse fisicamente presente davanti al soggetto da rappresentare. Fu per questo motivo che alla fotografia fu dato, sin da subito, un valore testimoniale.

«Le fotografie forniscono testimonianze. Una cosa di cui abbiamo sentito parlare, ma di cui dubitiamo – scrive Susan Sontag –, ci sembra provata quando ce ne mostrano una fotografia.»³⁹

Non bisognò aspettare troppo tempo perché si dovesse cominciare a dubitare della

scritto pagine importanti della storia della fotografia e del fotogiornalismo.

«Eastman sviluppò la propria attività su quattro principi fondanti: 1. produzione di massa a basso costo; 2. distribuzione internazionale; 3. attività promozionali ad ampio raggio; 4. attenzione alle esigenze del cliente. Secondo Eastman, questi quattro aspetti erano strettamente correlati tra loro. La produzione di massa non poteva essere giustificata senza una distribuzione su larga scala. La distribuzione, a sua volta, richiedeva il supporto di un'efficace attività promozionale. Fin dall'inizio, Eastman diffuse all'interno della propria azienda la convinzione che la soddisfazione dei clienti era l'unico mezzo per ottenere il successo commerciale. Ai quattro principi di base, Eastman aggiunse le seguenti linee guida: a. alimentare la crescita e lo sviluppo attraverso la ricerca; b. riservare ai dipendenti un trattamento equo e rispettoso; c. reinvestire i profitti e ampliare le attività dell'azienda.» *Costruire le fondamenta – Gli esordi* [www.kodak.com]

38 Sontag Susan, 2004, *Sulla fotografia – Realtà e immagine nella nostra società*, cit., p. 7

39 Ivi, p. 5

veridicità delle immagini fotografiche. Le possibilità tecniche per modificare la veridicità delle immagini furono quasi subito ben note. Già nel 1840 – un anno dopo l'ufficiale invenzione della fotografia – Fox Talbot, illustrando la tecnica del suo procedimento negativo-positivo, faceva notare come fosse possibile intervenire sul negativo servendosi del disegno e di altri accorgimenti in modo da arricchire, correggere o addirittura trasformare l'immagine originale, ossia la rigorosa riproduzione del vero. Egli arrivò persino ad additare la possibilità di applicare la testa di una persona sul corpo di un'altra: non era ancora il ritocco, ma era già un tipo di fotomontaggio che fu subito sfruttato da fotografi malintenzionati per inscenare caricature e scherzi non sempre andati a lieto fine. Non solo interventi di “post produzione” quindi, ma anche realizzazioni di caricature in fase di scatto, ottenute con l'utilizzo di obiettivi aberranti o impiegando la riflessione di specchi deformanti. Tutto ciò avveniva già nei primi tempi della dagherrotipia.

«Si notò assai presto che su di uno sfondo nero era possibile spostare entro un dato campo lo stesso oggetto in diversi atteggiamenti, in modo che la scena riprodotta desse l'impressione d'essere svolta da varie persone, mentre in realtà agiva sempre lo stesso personaggio: ad esempio un individuo che ne salutava un altro, quattro persone confabulanti in crocchio ecc. che erano sempre un unico individuo.»⁴⁰

Fu possibile creare cartoline immaginarie, accostando luoghi, monumenti, costruzioni, spiagge, monti a persone ed altri soggetti, con lo scopo esclusivo di divertire con la provocata sorpresa e lo sconcertante stupore. Nella fotografia di paesaggio, ad esempio, per ottenere effetti artistici, si sovrapposero cieli tormentati da nubi temporalesche a paesaggi fotografati in origine sotto un cielo uniforme eccessivamente chiaro. Il fotoritocco era in un'età ancora embrionale ma, come vedremo successivamente, continuerà a crescere inesorabilmente, fino alla sua massima consacrazione-esplosione con l'avvento della tecnologia digitale.

Si ritiene che il primo fotografo a fare uso del fotomontaggio sia stato l'inglese Henry Peach Robinson (1830-1901), agli albori della sua carriera, iniziata nel 1857.

All'epoca – come adesso – tali possibilità di elaborazione «non mancarono di suggerire a

40 Enrie Giuseppe, 1960, *Il miracolo della fotografia – compendio storico della sua invenzione e del suo progresso*, cit., pp. 197-198

fotografi disonesti le falsificazioni vere e proprie di documenti e di fatti, falsificazioni non sempre facili ad essere smascherate dagli stessi esperti. Verso il 1880 in certi trattati di fotografia venivano elencate, naturalmente con onestà di intenti, le possibilità del trucco e delle manipolazioni fotografiche, mentre a poca distanza apparivano i trattati di tecnica fotografica a scopi giudiziari e polizieschi che insegnavano come indagare sulla eventualità di falsificazioni e di trucchi nei documenti fotografici.»⁴¹

Non sembrerà strano che già nel 1861 la fotografia era entrata nel campo di quelle che vengono chiamate le scienze occulte e in specie dello spiritismo. Infatti, il secolo della fotografia fu anche quello dello spiritismo, il quale, per quanto avesse a che fare con entità incorporee e pertanto non evidenti, richiamò ben presto l'attenzione dei fotografi per l'eccezionalità di alcune sue manifestazioni visibili. Così scrive Giuseppe Enrie a proposito della questione, «è notorio che nelle esperienze spiritiche avvengono manifestazioni che, nonostante i più severi controlli, la serietà e il numero dei testimoni, lasciano sempre increduli e dubbiosi persino coloro che vi partecipano o che magari ne rimasero profondamente commossi o sgomenti. A distanza di qualche ora e tanto più dopo qualche giorno nasce nell'osservatore il dubbio di non essere stato vittima dell'allucinazione o di qualche inganno. La fotografia non essendo suggestionabile e il suo potere visivo e ritentivo essendo di gran lunga superiore a quello dell'occhio umano, venne fatto di argomentare che una constatazione fotografica di un qualche fatto apparente abnorme avrebbe costituito una indiscutibile prova di attendibilità. Con tale convinzione, se non con il riprovevole disegno di servirsi di un procedimento registratore del vero per meglio ingannare gli ingenui e gli ignari, la fotografia fu chiamata a collaborare alle sedute spiritiche. [...] Fotografie di manifestazioni ultrafuniche, abnormali e paranormali vennero eseguite a dovizia, specialmente in Inghilterra dove, in seno alla società di studi di metapsichica e spiritismo, esiste una ricca fototeca che ne ha fatto raccolta. Sono state regolarmente fotografati fenomeni di levitazione, di ectoplasma, di apparizioni di fantasmi e di apporti»⁴².

Resta indubbia la considerazione di come allora – come ora – la fotografia, presa a pretesto di veridicità, sia servita a condizionare le menti più suggestionabili. Utilizzare la

41 Ivi, pp. 198-199

42 Ivi, pp. 200-201

“prova fotografica” poteva servire a dimostrare, anche ai più scettici, fenomeni paranormali e strane apparizioni, convincendo loro che fossero realmente accaduti.

Fotoritocco e fotomontaggio quindi, sin dalla nascita della fotografia, hanno svolto un ruolo importante nelle scelte dei fotografi, a volte solo per pretese di artisticità⁴³, altre volte su pressione di governi autoritari con lo scopo di influire sull'opinione pubblica⁴⁴, condizionandola, altre ancora per modificare o nascondere la realtà di fatti accaduti.

2. Come nasce e si sviluppa il fotogiornalismo

Per fotogiornalismo si intende quella particolare forma di giornalismo (la raccolta, l'elaborazione e la presentazione di materiale concernente le notizie, destinato alla pubblicazione o alla diffusione mediatica) che si occupa di raccontare per immagini una storia socialmente rilevante, che rientra quindi nel circuito dell'informazione.

Sono sostanzialmente tre le caratteristiche che distinguono il fotogiornalismo da altri settori della fotografia (quali possono essere la fotografia documentaria, la fotografia di strada o di celebrità):

- **Timeliness** – le immagini hanno un senso se pubblicate nel contesto del racconto di eventi accaduti di recente. La pubblicazione delle fotografie deve quindi essere tanto “veloce” quanto quella delle parole.
- **Objectivity** – la situazione ripresa nelle immagini deve essere una fedele ed accurata rappresentazione degli eventi.

43 Ricordiamo il movimento del “Pittorialismo”, che si proponeva di elevare il mezzo fotografico al pari della pittura o della scultura. La fotografia, infatti, veniva spesso paragonata con disprezzo a semplice strumento di riproduzione della realtà, a causa del procedimento meccanico e automatico richiesto per la produzione delle immagini, lo scopo dei pittorialisti, invece, era quello di apportare la manualità e il senso estetico necessario per rendere la fotografia un'opera comparabile a quella delle arti maggiori. Fra i teorici più importanti del pittorialismo vi era l'inglese Henry Peach Robinson, il quale si fece promotore di una fotografia tesa a esprimere una visione soggettiva o particolare della realtà, superando il dato oggettivo e la riproduzione meccanica. "Pittorialismo," Microsoft® Encarta® Enciclopedia Online 2008 <http://it.encarta.msn.com> © 1997-2008 Microsoft Corporation. Tutti i diritti riservati.

44 Fu una delle pratiche, a livello comunicativo, privilegiate dai sistemi autoritari e dittatoriali della prima metà del Novecento

- **Narrative** – le immagini si relazionano ad altri elementi della notizia per poter meglio coinvolgere il lettore o lo spettatore.

Il fotogiornalista è un *reporter* allo stesso modo di un giornalista ma, a differenza di quest'ultimo, oltre che a portare con sé l'intera attrezzatura fotografica, si trova più spesso in situazioni nelle quali è costretto a dover prendere delle decisioni repentine, dovute alle particolari condizioni di lavoro, che lo vedono sovente operare in presenza di numerosi ostacoli, siano essi di pericolo per la propria incolumità fisica, di carattere meteorologico o di difficoltà varie connesse al particolare contesto operativo.

2.1 Le origini del racconto per immagini

La pratica di raccontare delle storie giornalistiche attraverso le fotografie fu resa possibile dalle innovazioni tecniche nel campo della fotografia e della stampa avvenute alla fine del XIX secolo, per la precisione fra il 1880 e il 1897.

Mentre eventi di rilevanza giornalistica cominciarono ad essere fotografati già intorno al 1850, i processi di stampa a partire dalle incisioni, furono possibili solo negli ultimi due decenni del secolo. Prima di allora era possibile soltanto pubblicare delle litografie derivate dalle foto, in quanto, quest'ultime, non possono ancora essere stampate sulla carta insieme alle righe di piombo.

La Guerra di Crimea, combattuta dal 1853 al 1856, è stato il primo evento di una certa rilevanza storica (e giornalistica) del quale conserviamo una testimonianza fotografica, documentazione che dobbiamo a Carol Szathmari, il primo fotogiornalista della storia. Purtroppo sono solo poche, fra quelle scattate, le immagini sopravvissute fino a noi.

Le immagini di William Simpson dell'«*Illustrated London News*» e le foto di Roger Fenton, furono pubblicate come incisioni. Allo stesso modo, le foto della Guerra Civile Americana, scattate da Mathew Brady, furono incise prima della loro pubblicazione sull'«*Harper's Weekly*». Il pubblico aveva però voglia di rappresentazioni che fossero più realistiche di quelle presenti sugli articoli dei giornali. Così, era pratica comune che le fotografie più interessanti venissero esposte in gallerie fotografiche, oppure riprodotte in un limitato

numero di copie.

La prima foto giornalistica fu pubblicata il 4 Marzo 1880, sul giornale newyorkese «The Daily Graphic». Tecnicamente si trattava di una riproduzione in mezzi toni (invece che di una xilografia come era stato fatto fino ad allora).

«Negli ultimi anni del secolo scorso iniziava così finalmente a svilupparsi quello che è stato il più importante mass medium contemporaneo, prima dell'avvento e della diffusione pubblica della televisione: il *fotogiornalismo*»⁴⁵.

Furono anni che videro la realizzazione di numerose innovazioni. In questa fase, le prime lampade al magnesio permettevano di generare un forte lampo di luce che metteva gli operatori nelle condizioni di poter fotografare anche in interni. Ad utilizzarle, fra i primi importanti fotogiornalisti, spiccava Jacob Riis, reso famoso per il suo bel lavoro sugli *slums* newyorkesi, intitolato *How the Other Half Lives* (Come vive l'altra metà della città), con i suoi scritti e le sue immagini, che vide la luce nel 1890. Sfortunatamente al momento della pubblicazione le tecniche di riproduzione tipografica delle fotografie lasciavano ancora molto a desiderare e quindi, delle 35 immagini presentate solo 17 furono stampate a mezzi toni (peraltro di qualità assai scadente), mentre le altre vennero riprodotte con la tecnica del disegno e dell'incisione, perdendo così quasi completamente tutti quegli elementi di immediatezza e di aderenza alla realtà che le caratterizzavano all'origine⁴⁶. Susan Sontag sottolinea che «la fotografia, intesa come documentazione sociale, era uno strumento di quell'atteggiamento essenzialmente borghese, insieme missionario e soltanto tollerante, curioso e indifferente, che va sotto il nome di umanesimo, e che vedeva negli slum il più affascinante degli ambienti»⁴⁷.

Solo nel 1897 fu possibile riprodurre le fotografie con la tecnica dei mezzi toni nel processo di stampa veloce dei giornali, siano essi periodici o quotidiani. In ogni caso, la velocità con la quale giungevano le notizie scritte in redazione, era decisamente superiore rispetto allo sviluppo e alla stampa delle fotografie, che quindi non potevano essere presenti sul giornale al momento della pubblicazione della storia. C'era sempre un margine di alcuni giorni fra il primo lancio della notizia e la pubblicazione della foto che la

45 Zannier Italo, 1993, *Fotogiornalismo in Italia oggi*, cit., p. 5

46 Berlincioni Maurizio, 1997, *Storia della fotografia*, Firenze, Fotoreporter [www.catpress.com]

47 Sontag Susan, 2004, *Sulla fotografia – Realtà e immagine nella nostra società*, cit., p. 50

accompagnava.

Nonostante fossero state avviate tutte queste innovazioni, rimasero altrettanto numerose le limitazioni tecniche, ed infatti molte delle storie presenti sui giornali sensazionalistici dell'epoca, furono presentate attraverso disegni ed incisioni. Eravamo comunque in quella fase, molto importante per lo sviluppo del giornalismo moderno, inaugurata da Joseph Pulitzer e William Randolph Hearst – il New Journalism e la Yellow Press – che diede tendenzialmente maggiore spazio alle immagini e alla cronaca cittadina.

Nel 1921, per la prima volta, la telefoto rese possibile la trasmissione di immagini alla stessa velocità con cui viaggiavano le notizie. Tuttavia, servirono il lancio della prima fotocamera “commerciale” Leica con formato 35mm nel 1925, e le prime lampade flash fra il 1927 ed il 1930, affinché fossero presenti tutti gli elementi necessari per poterci considerare pienamente nell’“età d'oro” del fotogiornalismo.

Da quel momento il termine *fotogiornalismo* si è designato come un genere a sé, caratterizzato e fortemente distinto nell'ambito della storia della fotografia. Un settore indipendente entro i propri confini «quasi un continente, con un *fronte* ideologico, al quale si opporrebbe quello degli artisti, anzi dei cosiddetti fotografi-artisti, con le loro estetiche e filosofie, che ai fotogiornalisti sembrano perlopiù manie, velleità, inutili o eccessive ambizioni»⁴⁸.

2.2 Fotografie, giornali e riviste specializzate

Il fotogiornalismo acquista la sua identità a partire dagli anni Venti del Novecento sebbene, come già accennato, fosse il periodo a cavallo fra il Diciannovesimo ed il Ventesimo secolo ad aver creato le condizioni per lo sviluppo di questo nuovo genere nel sistema dell'informazione⁴⁹. Le innovazioni tecnologiche ed un clima socio-culturale favorevole sono stati i genitori di tale nuovo approccio, per il momento ancora embrionale, al mondo della notizia.

Per quanto la fotografia avesse ormai piena legittimità nella società di metà Ottocento, ad

48 Zannier Italo, 1993, *Fotogiornalismo in Italia oggi*, cit., p. 5

49 Peverini Paolo, Spalletta Marica, 2007, *Le immagini raccontano le notizie?*, I quaderni di Desk n° 15, Roma-Napoli, Edizioni Ucsi-UniSob, p. 32

essa non era ancora riconosciuta la capacità di raccontare le notizie allo stesso modo delle parole, di conseguenza i quotidiani e i periodici – che venivano sfogliati dagli stessi soggetti immortalati nei ritratti di famiglia o nelle più diffuse e popolari *carte de visite*⁵⁰ – facevano un utilizzo del tutto limitato di immagini sulle loro pagine. Le poche volte che comparivano non servivano ad altro che da *contorno* al testo, avevano, infatti, solo carattere *decorativo*.

Il giornalismo di fine Ottocento, però, fu radicalmente reinterpretato grazie alle innovazioni tecniche, e ad un nuovo approccio socio-culturale. Questo progressivo cambiamento portò all'affermazione della stampa illustrata, e alla successiva comparsa delle fotografie sui giornali. Inizialmente, la stampa venne arricchita solo di disegni e xilografie, per l'avvento delle immagini fotografiche si dovette attendere il perfezionamento delle nuove procedure di stampa.

Prima del 1840, solo alcuni settimanali o mensili come l'«Observer» e il «Weekly Chronicle» in Gran Bretagna riproducono, piuttosto raramente, qualche xilografia. I quotidiani non sono quasi mai illustrati.

Negli anni 1840 si assisteva alla prima comparsa in massa di immagini sulla stampa. Nello stesso momento in cui il dagherrotipo si diffonde trionfalmente nel mondo, vedono la luce molte riviste popolari, nelle quali l'impressione delle incisioni viene fatta su legno, dai disegni originali. La nascita del primo periodico illustrato è datata 1842, si tratta del «The Illustrated London News», che nasce nella capitale britannica ad opera di Herbert Ingram. Un nuovo tipo di concezione della notizia, un prodotto editoriale che avrebbe dovuto offrire ai lettori un «resoconto continuo degli avvenimenti mondiali importanti, dei progressi sociali e della vita politica, per mezzo di immagini costose, varie e realistiche»⁵¹.

Arthur Bryant descriveva il giornale londinese con queste parole⁵²:

«As an historian, I certainly know of nothing to compare with it:

50 Rappresentava a tutti gli effetti un oggetto seriale della società di massa. «Costa solo 20 franchi, un quinto di un ritratto normale, e permette a un pubblico popolare di crearsi un biglietto da visita. I soggetti rappresentati non cercano di mettere allo scoperto la loro personalità, ma piuttosto di assumerne una, di assomigliare a un modello, seguendo lo stesso percorso mentale che oggi porta alle identità virtuali su Internet». Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 30

51 Sono le parole del fondatore Herbert Ingram, citato in Lemagny Jean-Claude, Rouillé André (a cura di), 1988, *Storia della fotografia*, trad. it di Mario Bonini, Firenze, Sansoni Editore, p. 76

52 Citato in *History of ILN*, [www.ilnpictures.co.uk]

nothing, that is, which contains such a diversity of matter, pictorial and written, social, political and economic, about so momentous a period in human history».

La pubblicazione illustrata riscosse un enorme successo, e le vendite crebbero vertiginosamente. Fra il 1855 e il 1860 la sua tiratura passa da 200.000 a 300.000 copie. I buoni risultati raggiunti consentirono all'editore di arricchire l'offerta del giornale ampliando il numero dei collaboratori, giornalisti e disegnatori, che furono inviati a testimoniare sia le vicende che si svolgevano in importanti teatri di guerra (guerra di Crimea, guerra franco-tedesca, Comune di Parigi) che gli eventi di grande rilevanza economica, storica, sociale, politica e culturale (funerali di stato, efferati omicidi, ecc). Con la fondazione a Londra, nel 1869, del «Graphic», la rivista di Ingram deve fare i conti con un serio concorrente.

Questo nuovo prodotto editoriale si consolida in tutta Europa e si assiste alla nascita di numerose testate a tema, come le francesi «Le Monde Illustré» e «L'Illustration» (Parigi) e la tedesca «Illustrierte Zeitung» (nata nel 1846, da non confondere con la «Arbeiter Illustrierte Zeitung – AIZ», periodico del partito comunista tedesco stampato dal 1921 al 1938). In Italia nel 1847 nacque «Il Mondo Illustrato» (Torino) che rappresentava il primo giornale italiano di grande formato, illustrato con incisioni in legno; esso avrà però vita breve in quanto chiuderà già alla fine del 1849. A Milano nel 1864, uscirono sia «L'Illustrazione Italiana» (editore Cima) che «L'Illustrazione Universale» (editore Sonzogno). La prima chiuse quasi subito, in quanto utilizzava un tipo di incisione di lenta lavorazione e tiratura limitata; anche la seconda non ebbe vita facile in quanto non disponeva di abili incisori. Solo «L'Illustrazione Italiana» (Milano), nata nel 1875 su iniziativa di Emilio Treves e con la collaborazione di una fitta rete di laboratori di incisori, ebbe la fortuna di essere pubblicata per diversi decenni. Nacquero e si diffusero riviste illustrate anche al di là dei confini del Vecchio Continente, si tratta di «Harper's Weekly» e «Frank Leslie's Illustrated Newspaper» (New York), «Revista Universal» (Città del Messico), «A Illustração» (Rio de Janeiro), fino all'australiana «Illustrated Australian News» (Melbourne). Tutte pubblicazioni basate sulla presenza delle immagini, che facevano di queste la propria peculiarità nei confronti degli altri giornali e che senza dubbio rappresentano le antesignane dei fotogiornali.

La svolta sarebbe avvenuta di lì a poco. Nel 1869 il «Canadian Illustrated News» pubblicò la prima illustrazione ricavata direttamente da una fotografia, mentre, a partire dagli anni 1880, con l'invenzione della lastra a mezzatinta fu possibile, finalmente, stampare le fotografie sui giornali utilizzando la stessa macchina necessaria per i caratteri tipografici.

La fotografia comincia quindi a fare la propria comparsa sui giornali e, rispetto alle illustrazioni, consente un notevole risparmio di tempo. In quegli anni i disegnatori cominciano a portare con sé, nei reportages, apparecchi fotografici per – se così si può dire – «prendere appunti». Numerose fotografie scattate dall'équipe di Mathew Brady servono durante la guerra di Secessione come «materia prima visuale» nei laboratori d'incisione delle maggiori riviste americane.

Tutta una serie di procedimenti di stampa fotomeccanici consente di ottenere risultati notevolmente definiti e dettagliati, ma si tratta di operazioni lunghe, costose e spesso più vicine a produzioni artigianali che a riproduzioni in serie.

Negli anni 1890, le incisioni su legno cedono progressivamente il posto ai clichés in mezzatinta, tratti da fotografie ma spesso con retino grossolano e quindi poveri di dettagli. In questo periodo di transizione i disegnatori, per raggiungere una maggiore apparenza di realismo, eseguono «istantanee» e gli incisori si soffermano su particolari e sfumature. Si ottiene una sorta di osmosi che vede le illustrazioni sempre più vicine all'immagine fotografica, e fotografie – spesso molto ritoccate e retinate – somigliano sempre più ad incisioni manuali.⁵³

Nel 1898, lo scoppio della guerra tra Spagna e Stati Uniti segna l'irruzione nella stampa americana del reportage fotografico. Pagine intere riportano le immagini dei combattimenti a Cuba, scattate da Jonh C. Hemment, James Burton, F. Pagliuchi, William Randolph e James Henry Hare. Proprio quest'ultimo, prima di documentare il primo conflitto mondiale, fra il 1900 e il 1914 fotografa la guerra contro i Boeri, quella russo-giapponese e le rivolte nell'America Centrale. A partire dal conflitto russo-giapponese del 1904-1905, le sue immagini, largamente riprodotte dalla stampa americana, sono anche vendute a periodici illustrati europei: si fondano così le basi della diffusione internazionale delle immagini fotografiche.

53 Lemagny Jean-Claude, Rouillé André (a cura di), 1988, op. cit., p. 76-77

La fotografia fornisce la materia prima, un po' come avviene per le agenzie di stampa (nascono nello stesso periodo in cui viene inventata la fotografia, la prima è la francese *Havas*, del 1835) che forniscono i dispacci necessari alla composizione del giornale. La foto è una risorsa particolarmente pregiata perché internazionale sin dalla sua realizzazione, insensibile ai confini linguistici che richiedono per i testi scritti una lunga e laboriosa traduzione.

Immagini dai fronti di guerra, istantanee di soldati e militari, testimonianze da città e quartieri degradati, si accompagnavano a veri e propri fotoreportages che, sebbene vincolati alle scelte politiche (soprattutto per quanto riguarda vicende militari) o editoriali, facevano trasparire l'identità e la professionalità dei fotogiornalisti. Capacità che andavano ben oltre i ritratti *posati* fino a quel momento realizzati dalla maggior parte dei fotografi.

In Germania, l'«*Illustrierte Zeitung*» pubblicò nel numero del 15 marzo 1894 due istantanee raffiguranti le manovre dell'esercito tedesco, si trattava di stampe tratte da lastre incise a mezzatinta. Ciò che stupisce sono le parole, decisamente lungimiranti, del direttore del periodico, il quale osservava:

Per la prima volta vediamo due fotografie istantanee stampate contemporaneamente al testo... La fotografia ha aperto nuove strade. Ora il suo motto è, per ogni rispetto, «velocità»: velocità nel cogliere l'immagine, velocità nel riprodurla. Le vecchie tecniche sono superate dalle nuove, come la diligenza è superata dalla ferrovia.⁵⁴

Inizialmente, comunque, le immagini fotografiche ebbero un ruolo puramente illustrativo. Solo nel 1890 nasce una rivista che ha lo scopo di usare prettamente la fotografia: l'«*Illustrated American*». Nel suo primo numero, in una nota dell'editore, si legge: «Il proposito particolare della rivista è quello di approfondire le possibilità, fino a oggi quasi inesplorate, della fotografia e dei vari procedimenti di riproduzione».

Nello stesso anno nascono in Germania diverse riviste illustrate che raccolsero molto successo, fra queste la «*Berliner Illustrierte*» e la «*Münchener Illustrierte Presse*» le quali

54 Citato in Newhall Beaumont, 1984, *Storia della fotografia*, trad. it. di Laura Lovisetti Fuà, Torino, Giulio Einaudi editore, p. 350

«nel momento di maggiore successo, stampano sia l'una che l'altra circa due milioni di copie e sono alla portata di tutte le tasche, giacché un esemplare costa solo 25 pfennig»⁵⁵. Alla fine del Diciannovesimo secolo, «Paris moderne» (1896), giornale dall'impaginazione più tradizionale rispetto alle nuove riviste illustrate, introduce una concezione del fotogiornalismo che preannuncia i lavori di Salomon, Kertész, Cartier-Bresson (artefice e fautore del *momento decisivo*). Nell'editoriale del primo numero il direttore afferma che la rivista nasce «nel momento giusto» e che, volendo essere «non un imitatore, ma un innovatore, un pioniere» egli intende affidare un ruolo di primo piano all'istantanea e creare così una documentazione inestimabile, «un riflesso straordinariamente realistico della vita in tutte le sue forme». A suo giudizio, è passato il tempo del «Fermo così». Compito di un giornale illustrato deve essere quindi quello di «rendere in immagini avvenimenti pieni di vita»⁵⁶. Purtroppo la rivista chiude dopo pochi mesi di pubblicazioni, ma le intuizioni del suo fondatore, Auguste Deslinières, furono decisive per lo sviluppo del fotogiornalismo.

Arrivati a questo punto, in cui il rapporto tra fotografia e stampa si fa sempre più stretto, la foto può essere considerata un prodotto finito e non più solo una materia prima, «alla fotografia è finalmente aggiunto quanto le mancava per essere veramente un medium, cioè un circuito di distribuzione».

Ancora una volta, sono le innovazioni tecnologiche a segnare il passo. Il Ventesimo secolo si inaugura con la nascita della stampa mediante rotativa di immagini e testi fotograficamente incisi su cilindri. Successivamente perfezionata, questa tecnica consentì di arrivare pronti all'importante *appuntamento* con la prima guerra mondiale. I giornali erano ormai in grado di diffondere immagini d'attualità con tirature ingenti e qualità soddisfacente. Si dà avvio all'era moderna della stampa illustrata. Si afferma la categoria professionale dei reporter fotografi, i *fotogiornalisti* come oggi li intendiamo.

Inizialmente i quotidiani riservano uno spazio minore alla fotografia, rispetto ai settimanali. Le foto sono in numero limitato sulle pagine e rappresentano solo un corredo della notizia, la carta utilizzata, fra l'altro, condiziona negativamente la resa delle

55 Freund Gisèle, 1974, *Photographie et société*, trad. it di L. Lovisetti Fuà, 1976, *Fotografia e società*, Torino, Einaudi

56 Citato in Lemagny Jean-Claude, Rouillé André (a cura di), 1988, op. cit., p. 79

immagini. I settimanali, invece, stampati su carta più pregiata, dedicano alla fotografia molto più spazio, non avendo l'obbligo della completezza delle notizie, come il quotidiano, selezionano alcune storie, conformi alla linea editoriale della rivista e ritenute interessanti a tal punto da essere diffusamente raccontate. Di questo racconto le immagini (molteplici per ogni servizio) sono prima il corredo e poi, sempre più, l'ossatura.

Testo scritto e fotografie cominciano ad integrarsi e compenetrarsi profondamente. Ogni foto reca una didascalia in cui l'immagine viene spiegata e interpretata, aggiungendo spesso giudizi e opinioni.

Alla vigilia della Grande Guerra, le immagini fotografiche fanno ormai parte dei media, sono al servizio dell'informazione ma anche della propaganda.

2.3 I primi fotogiornalisti e la fotografia documentaria

Agli albori del fotogiornalismo, alcuni personaggi, i cui nomi saranno restituiti alla storia, si imbattono nel racconto delle notizie tramite le immagini. Ciò che spinse i fotogiornalisti ad intraprendere tale percorso ci risulta utile per capire il contesto socio-culturale in cui si sviluppò tale pratica giornalistica con le prime criticità connesse alla professione del fotogiornalista.

Alcuni straordinari pionieri del fotogiornalismo, come Mathew Brady, seguirono le armate in lotta durante la guerra civile americana e riuscirono a fotografare gli accampamenti e lo svolgimento di alcune battaglie. Nonostante ciò, però, nessun giornale disponeva ancora dell'attrezzatura che consentisse di riprodurre le lastre, per cui quella fu ancora una guerra illustrata per mezzo di disegni ed incisioni.

«Il vero fotogiornalismo nasce verso la fine del (Diciannovesimo) secolo, nell'età del reporter, in coincidenza con l'invenzione della lastra a mezzatinta, che consentiva di stampare le fotografie con la stessa macchina usata per i caratteri tipografici»⁵⁷. La storia del fotogiornalismo, come oggi lo intendiamo, comincia quindi con le immagini di Jacob A. Riis, Lewis W. Hine, e quei fotografi, interpreti della fotografia documentaria, che facevano parte della *Farm Security Administration (Fsa)*: Walker Evans e Dorothea Lange su tutti.

57 Papuzzi Alberto, 2003, op. cit., p. 115

2.3.1 Jacob A. Riis

Jacob A. Riis (1849-1914), un immigrato di origine danese che aveva sperimentato per anni sulla propria pelle la durezza della recessione, dopo aver girovagato a lungo, arrivò a New York nel 1877 dove trovò un impiego come cronista di nera per il quotidiano «New York Tribune» e per l'agenzia giornalistica *Associated Press*⁵⁸.

La storia personale di Riis lo portò sin da subito a manifestare un significativo interesse per i poveri e per i diseredati, e forte fu il suo desiderio di mostrare a tutti le condizioni di miseria in cui erano costretti a vivere gli abitanti dei quartieri più poveri di New York, vittime di un'urbanizzazione selvaggia e della corruzione dei politici.

«Dopo aver visto pubblicata per la prima volta sul “Daily Graphic”⁵⁹ una fotografia giornalistica, Riis si rese conto che le sole parole non avevano sufficiente forza di convinzione e decise di ricorrere all'uso della fotografia, sicuro del fatto che solo lo shock provocato dalla visione di immagini così dure e crude avrebbe potuto far nascere nel paese un movimento d'opinione capace di spingere politici ed amministratori a dare una soluzione positiva a questo terribile problema»⁶⁰.

Nei primi tempi, furono due amici fotoamatori (Riis non era ancora esperto di tecniche fotografiche) ed un funzionario del ministero della sanità, ad accompagnare Riis fra gli *slums newyorkeesi*, fotografando luoghi e abitanti con attenzione e precisione, riuscendo a realizzare un lavoro con una profondità psicologica notevole.

Dopo qualche tempo decise di rendersi autosufficiente ed acquistò un apparecchio fotografico, un treppiede ed una versione aggiornata della lampada al magnesio, fu uno tra i primi ad utilizzare questo antesignano del *flash* fotografico con una certa abilità, anche e le prime prove non furono esaltanti (aveva incendiato due volte i locali che stava fotografando, appiccato il fuoco ai suoi stessi vestiti e quasi rischiato di rimanere accecato da un lampo sbagliato).

58 L'AP (Associated Press) è un'agenzia giornalistica, fra le più rilevanti al mondo, fondata a New York nel 1846. Ad oggi l'agenzia conta 4.100 impiegati, fornisce notizie a più di 1.700 giornali e più di 5.000 emittenti radio e televisive, copre 121 Paesi nel mondo e possiede un archivio con oltre 10 milioni di fotografie. [www.ap.org]

59 Vedi *supra*, p. 18

60 Berlincioni Maurizio, 1997, op. cit.

Il momento più significativo della sua carriera fotogiornalistica fu nel 1890 quando Riis lasciò il «Tribune» per passare all'«Evening Sun» e trovò un editore per la pubblicazione del suo libro: *How the Other Half Lives* (Come vive l'altra metà della città), il volume con i suoi scritti e le sue immagini che lo rese famoso. Era un testo ibrido, con trentacinque lastre pubblicate, diciotto delle quali erano incisioni, e le restanti diciassette stampe dirette in semitoni.

Fin da queste prime esperienze sorgono alcuni dubbi di eticità connessi all'opportunità o meno di fotografare persone in condizione di indigenza o difficoltà, e considerazioni legate alla presunta autenticità di alcuni scatti. Secondo Miles Orvel molte delle fotografie di Riis, istantanee catturate dal suo obiettivo, sono in realtà scatti pensati, posati e presentati in maniera tale da suscitare maggiore attenzione. «*One of Riis's frequent subjects – scrive Orvel – was the child asleep in the streets. Homeless boys, called Street Arabs, were sometimes fortunate enough to find shelter as newsboys or in orphanages; but more generally they lived on the streets, sleeping in improvised spaces. Taken in broad daylight, this photo, like many other 'candid' shots by Riis, was undoubtedly set up and posed by the photographer*»⁶¹.



Street Arabs in Sleeping Quarters by Jacob Riis (1890)

Beaumont Newhall, nella sua *Storia della fotografia* scrive, a proposito del lavoro di Riis: «...la luce accecante rivela con impietosa minuzia i sordidi interni, ma illumina quasi con tenerezza i visi delle persone condannate a viverci dentro. Guardò sempre con simpatia la gente, sia che fotografasse gli Street Arabs (ragazzi di strada) che

rubavano da un carretto, o gli abitanti del vicolo noto come Bandits' Roost (covo dei banditi) che fissavano con arroganza l'apparecchio dalle porte, dai balconi, dalle finestre. Queste fotografie sono importanti non solo come fonte di informazione, ma anche per la

61 Orvel Miles, 2003, *American Photography*, Oxford, Oxford University Press, p. 72

loro forza emotiva. Sono nello stesso tempo interpretazioni e testimonianze; pur non essendo più attuali, hanno qualità che dureranno fintanto che l'uomo si interesserà dei suoi fratelli»⁶².

2.3.2 Lewis W. Hine

La fotografia di Lewis W. Hine (1874-1940) documenta un mondo di ingiustizie che vede sotto i propri occhi e che lo coinvolge durante le sue esperienze.

Sostenitore della battaglia contro la tragedia dello sfruttamento e dell'ingiustizia sociale, le sue fotografie saranno figlie della volontà di mostrare agli altri, ai più fortunati, le condizioni di coloro che vedono vanificare le aspettative di un mondo più equanime. Hine cercò di documentare questo mondo di promesse tradite e di aspettative disattese, presentandolo in tutta la sua crudezza ed il suo squallore, ma sempre con un occhio affettuoso verso i soggetti ritratti, sempre con una capacità di sintesi, dovuta sia alla sua formazione culturale sia alle sua sensibilità di vero artista.

Maurizio Berlincioni, parlando di Hine, descrive un fotografo perfettamente consapevole della natura soggettiva delle proprie fotografie, immagini che egli riteneva riuscissero a portare in sé una carica dirompente, capace di suscitare sdegno e desiderio di cambiamento in una società basata quasi esclusivamente sullo sfruttamento dei più umili e dei più diseredati.

Il lavoro di Hine può essere considerato come il primo esempio di *photo story*: egli stesso definiva le sue immagini delle “fotointerpretazioni” e le pubblicava come dei “documenti umani”. Immagini che ebbero un forte peso politico e sociale. I bambini, fotografati fuori e dentro le fabbriche, per conto del *National Child Labor Committee*, seppero attrarre l'attenzione degli americani sullo sfruttamento del lavoro minorile e riuscirono a far votare alcune leggi fondamentali a protezione dei minori. Immagini non solo di denuncia, ma con una incredibile bellezza formale, elemento che nulla toglie alla forza informativa legata alle loro implicazioni sociali.

62 Newhall Beaumont, 1984, *Storia della fotografia*, trad. it. di Laura Lovisetti Fuà, Torino, Giulio Einaudi editore, p. 187

Ciò che Lewis W. Hine sentiva molto e che considerava un dovere primario, era quello di mostrare ai suoi concittadini come spesso la prospettiva di nuove opportunità aperte dal progresso tecnologico venisse tragicamente e brutalmente tradita.

Alcune delle più belle immagini di Hine sono contenute nel volume dal titolo *Men at Work* (Uomini al lavoro) del 1932, tra le tante spiccano per bellezza e originalità quelle scattate tra gli uomini che partecipavano alla costruzione dell'Empire State Building, all'epoca l'edificio più alto del mondo. A questo lavoro ebbe poi seguito il volume dedicato alle donne, *Women at work*.

I temi trattati da Hine, purtroppo tornati d'attualità, hanno portato a riscoprire e rivalutare il suo importante lavoro, a dispetto di una società, che si era ormai dimenticata del suo genio.

2.3.3 La fotografia documentaria

La fotografia cosiddetta documentaria, la *straight photography* della quale parleremo ampiamente nel prossimo capitolo, nacque in Inghilterra nel 1877, con la pubblicazione del volume *Street Life in London* (Vita nelle strade di Londra) di John Thomson e Adolph Smith, illustrato con 37 fotografie scattate da Thomson nei quartieri più poveri della capitale britannica. Le immagini inserite, stampate con la raffinata tecnica della woodburytipia⁶³, contribuirono a far sì che il libro avesse sul pubblico un impatto notevole a causa della carica di autenticità e di immediatezza che le fotografie portavano con sé.

Il movimento della fotografia documentaria assunse grande rilievo a partire dagli anni Trenta, in quegli Stati Uniti che cercano di risollevarsi dopo i disastri causati dalla Grande Depressione del 1929. Si trattò del momento in cui la *straight photography* assunse una marcata rilevanza sociale.

Parlando di fotografia sociale e documentaria negli Stati Uniti, il riferimento immediato è a grandi fotografi come Jacob A. Riis, Lewis W. Hine e quelli della *Farm Security*

⁶³ La woodburytipia è un procedimento fotografico per la stampa brevettato nel 1864 da Walter Bentley Woodbury. È una tecnica molto raffinata e costosa, che non genera sgranature grazie alla distribuzione omogenea dei colori da parte di una gelatina pigmentata. Il prodotto finale si presenta in piccoli formati (non oltre i 30 cm per lato) su carta fotografica sottile.

Administration (Fsa), una struttura nata nel 1937 per volere del Presidente Franklin Delano Roosevelt allo scopo di documentare la recessione agricola incalzante nell'intero Paese. Tra gli autori più importanti sul piano della qualità e della quantità del lavoro vi erano senza dubbio Walker Evans e Dorothea Lange, occhi sensibili che seppero cogliere numerose istantanee di povertà.

2.3.4 La Farm Security Administration

Con questo nome si ricorda e ci si riferisce ad una delle più importanti esperienze di reportage fotografico della prima metà del novecento, da questa Istituzione alcuni tra i fotografi più importanti del Ventesimo secolo documentarono la tremenda crisi del 1929 negli Stati Uniti. Nacque nel 1935 come *Rural Resettlement Administration* (Agenzia per il riassetto agricolo) allo scopo di documentare la situazione del settore agricolo nel periodo della grande riforma del New Deal promossa dal presidente Franklin Delano Roosevelt per dare una risposta a quella parte del Paese, gli stati agricoli del centro e del centro sud, colpita dalla siccità e dalla recessione economica.

Nel 1937 l'agenzia divenne parte integrante del *Department of Agriculture* e prese il nome di *Farm Security Administration*. La Fsa fu attiva fino al 1943 e durante la sua attività, una trentina di fotografi realizzarono più di duecentosettamila negativi, attualmente conservati nel fondo depositato presso la *Library of Congress* di Washington.

Il primo fotografo ad essere assunto per occuparsi dell'organizzazione del laboratorio fu Arthur Rothstein, seguito poi, sempre nel 1935, da Dorothea Lange, Walker Evans e Paul Carter. Successivamente si aggiunsero altri fotografi di grande valore.

I fotografi lavorarono tutti ad un unico scopo comune, e nonostante la loro forte personalità, crearono un prodotto fotografico notevole e decisamente le immagini assunsero un efficace carattere di testimonianza.

Roy E. Stryker, sociologo dell'Università di Columbia, che era stato chiamato a dirigere la Fsa, aveva il preciso compito di organizzare un ampio reportage fotografico con lo scopo di fornire un'immagine esauriente della vita rurale americana. Nonostante non fosse un fotografo, riuscì sempre a fissare e controllare sia la portata sia gli scopi generali della

documentazione, illustrando ai fotografi lo sfondo sociale ed economico della loro missione, stimolandone la fantasia e sollecitandone la curiosità ma lasciando al tempo stesso liberi i singoli operatori di risolvere i loro problemi di scelta dei soggetti, di tecnica, di stile.

Per usare le sue parole: «la fotografia documentaria è un modo di accostarsi alle cose, non è una tecnica; è un'affermazione, non una negazione [...] Lo stile documentario non implica una negazione degli elementi plastici che sono e restano il criterio essenziale di ogni lavoro. Si limita a dare a questi elementi un quadro, una direzione. Così la composizione viene messa in evidenza, valorizzata; e la finezza del tratto, la nettezza dell'immagine, l'uso dei filtri, il sentimento, tutte queste componenti che rientrano in quella vaga nozione che è la "qualità", sono poste al servizio di un preciso scopo: parlare nel modo più eloquente possibile dei soggetti prescelti, usando il linguaggio delle immagini. [...] Se queste fotografie possono essere ritenute artistiche tanto meglio; il loro scopo tuttavia non è quello di fare dell'arte».

2.3.5 Walker Evans

Walker Evans (1903-1975) nato da famiglia benestante, dopo aver studiato in alcune scuole esclusive lavorò per un breve periodo alla Public Library di New York e, nel 1926, partì per Parigi dove frequentò per un anno alcuni corsi alla Sorbona e rimase molto impressionato dal lavoro fotografico di Nadar e, sicuramente in misura ancora maggiore, da quello di Atget.

Rientrato negli Stati Uniti decise di diventare fotografo e cominciò a confrontarsi con coloro che all'epoca erano le due figure di massimo successo: Alfred Stieglitz e Edward Steichen, sebbene non amasse il lavoro di nessuno dei due: quello di Stieglitz perché lo considerava troppo concentrato sull'aspetto artistico, e quello di Steichen perché lo giudicava decisamente troppo commerciale.

Entrato a far parte dello staff della Fsa nel 1935, lo stesso anno di Dorothea Lange, sin dall'inizio del suo lavoro sarà in giro per gli stati del sud e del centro sud con la sua inseparabile macchina di grande formato (una Folding 20x25), con l'intenzione di

raccogliere, con una onestà senza compromessi, con una visione netta, austera e semplice, documenti diretti e spesso frontali sulle condizioni del paese, sulla situazione degli affittuari, sulle loro case, sui loro beni, sui sistemi di lavoro, sui raccolti, le scuole, i magazzini. Spesso egli tralascia di cogliere gli abitanti di questi edifici, ma chi guarda le sue foto riesce facilmente a indovinare la loro presenza e il loro aspetto. La sua etica lo porta ad assumere un atteggiamento discreto nei confronti dei propri soggetti.

La sua indagine si concentra su ciò che succede nelle città che visita, e sul loro rapporto con l'ambiente circostante. Predilige l'ambiente industriale rispetto a quello agricolo e si sofferma sulla linea di confine tra campagne inurbate e periferie che man mano si sostituiscono alla natura.

Evans non ebbe mai buoni rapporti con il resto della squadra della Fsa, per lui l'artista crea il suo lavoro migliore da solo e comunque il suo ruolo fondamentale resta quello di descrivere la vita e non quello di cercare di modificare il mondo.

2.3.6 Dorothea Lange

La storia fotografica di Dorothea Lange comincia quando è ancora giovanissima, ma nella prima fase di tale percorso la sua ritrattistica assume principalmente i connotati della fotografia pittorialista, molto di moda nei primi anni del Novecento.

Il suo modo di concepire la fotografia cambiò radicalmente all'inizio degli anni Trenta, quando cominciò a realizzare immagini decisamente "impegnate" (come la famosissima *White Angel Breadline* - La fila del pane - del 1933). Da quel momento si manifestò la sua grande capacità di penetrazione nel raccontare l'uomo negli ambienti in cui vive e lavora, «alla ricerca – è la Lange a parlare – della verità in ogni cosa e ad ogni costo».

La differenza principale tra Walker Evans e Dorothea Lange sta nel fatto che il primo tende a concentrare in una sola immagine la sintesi della sua storia, mentre la seconda decide di distribuire il suo racconto su piccoli gruppi di immagini sapientemente organizzate.

3. La parabola del fotogiornalismo nel XX secolo

La storia del Novecento resta impressa negli occhi dei contemporanei soprattutto per l'incredibile mole di testimonianze fotografiche che ci sono giunte, dalle prime stampe sui giornali, agli episodi delle due guerre mondiali, dei sistemi totalitari e dei conflitti minori, dalle immagini degli orrori dei lager nazisti che tanto sconvolsero la piccola Susan⁶⁴, ai più recenti accadimenti in scenari di guerra, e non solo.

La Grande Guerra rappresentò il banco di prova ideale per la messa in opera delle innovazioni tecniche e la pratica del mezzo fotografico. Non a caso, il periodo immediatamente successivo, quello dei totalitarismi europei tra le due guerre mondiali, è attualmente considerato l'epoca d'oro del fotogiornalismo, caratterizzata da ricchezza nella ricerca teorica, nuovo ruolo della fotografia come azione di denuncia sociale, sostegno (a volte eccessivo, che sfociava in propaganda) della professione da parte dei governi. Fu il momento in cui vennero messi sul mercato nuovi apparecchi fotografici, portatili, necessari per scattare fotografie istantanee: la fotografia assume i connotati della casualità, passano in secondo piano le foto di posa, la composizione è istintiva piuttosto che studiata accuratamente, nell'immaginario collettivo fotografare diventa l'atto decisivo per fissare su carta la realtà di tutti i giorni, le fotografie diventano fatti da tramandare alla storia. Herbert Shiller sintetizza con queste parole il nuovo *status* della fotografia nel mondo dell'informazione: «La capacità della macchina fotografica di rappresentare la realtà, apparentemente senza l'intervento umano, divenne uno standard di credibilità [...] l'aura scientifica attorno al mezzo rendeva obbiettivo anche il campo nel quale veniva usato: il giornalismo»⁶⁵.

64 Ci riferiamo a Susan Sontag che, nel suo libro *Sulla fotografia*, racconta dello sconvolgimento che da piccola le avevano procurato le immagini dei lager nazisti. Un orrore che non conserva tracce di eticità. Così ne parla la Sontag a trent'anni di distanza dalla prima visione: «Ai tempi delle prime fotografie dei Lager nazisti, in quelle immagini non c'era niente di banale. Ma dopo trent'anni si è forse arrivati a un punto di saturazione. [...] Il contenuto etico delle fotografie è fragile. Con la possibile eccezione delle immagini di certi orrori, come i Lager nazisti, che hanno raggiunto lo status di punti di riferimento morale, le fotografie in genere non conservano la loro carica emotiva.»

65 Schiller, Herbert I., 1981, *Who Knows: Information in the Age of the Fortune 500*, Norwood, NJ: Ablex Publishing

3.1 L'età d'oro del fotogiornalismo europeo. Il periodo fra le due guerre mondiali

Il fotografo di inizio Ventesimo secolo ha raggiunto ormai una consapevolezza matura dei mezzi a propria disposizione e della capacità di raccontare le vicende politiche, storiche e sociali tramite immagini scattate da apparecchi fotografici sempre più leggeri, maneggevoli ed efficaci.

Ciò che distingue il fotoreporter da un qualsiasi altro operatore fotografico sta in quella abilità, prontezza e temerarietà nel saper cogliere istanti di vita vissuta, condensandoli in immagini spesso insolite, ma significative. L'abilità decisiva sta nel cogliere l'attimo preciso in cui far scattare l'otturatore della macchina fotografica per poter catturare quell'accadimento che solo un secondo dopo potrebbe essere perduto. Il bravo fotoreporter sa che quella deve diventare un'operazione istintiva, che non può dar spazio all'esitazione. Cartier-Bresson dirà che fotografare «è mettere sulla stessa linea di mira la testa, l'occhio e il cuore. È un modo di vivere.»

Un esempio emblematico di tale approccio fu l'episodio che vide coinvolto William Warnecke, fotografo del «World»⁶⁶, quando andò a fotografare, nel 1910, il sindaco di New York, William J. Gaynor, che si imbarcava per un viaggio in Europa. Arrivato in ritardo, quando ormai tutti i suoi colleghi erano già andati via, pregò il sindaco di posare per un'ultima foto. Nell'esatto istante in cui scattava, un assassino sparò due colpi di rivoltella verso Gaynor. Nonostante la confusione generale, Warnecke riuscì a restare calmo e a fotografare il sindaco che, ferito – fortunatamente non a morte – cadeva fra le braccia dei suoi accompagnatori.

Alla fine degli anni Venti l'Europa, che comincia a rialzarsi dopo i gravi disagi provocati dalla Grande Guerra, vede fiorire in maniera decisiva la propria editoria. Sono anni di consolidamento tecnico e rinnovamento culturale. In Germania, in particolare, si pubblicavano più riviste illustrate che in qualsiasi altro paese del mondo. Il primato statunitense era per il momento superato dall'*esplosione* editoriale europea. Nel 1930 la tiratura complessiva delle riviste tedesche era di cinque milioni di copie alla settimana, con un numero di lettori stimabile intorno ai venti milioni di persone. La formidabile

66 Il giornale di Joseph Pulitzer che diede l'avvio alla *Yellow Press*

diffusione si deve soprattutto ad un fattore di scelta editoriale, supportato ancora una volta dal perfezionamento tecnico⁶⁷, l'integrazione di testo e fotografie in una nuova forma di comunicazione, per l'appunto il *fotogiornalismo*. Le immagini non servivano più solo da *ornamento* o *contorno* come avveniva in origine, ma acquisivano una determinata valenza narrativa e descrittiva, e sempre più forte si avvertiva l'influenza di chi quelle fotografie le aveva cercate, inquisite, scattate.

Sono la tenacia e la risolutezza dei fotografi a farla da padrone in questa fase. Newhall scrive che «la fortuna aiuta spesso i fotoreporter, ma le fotografie di attualità che fanno colpo non sono mai accidentali»⁶⁸. Così è avvenuto il 6 maggio 1937 quando ventidue fotografi, inviati dai giornali di New York e Philadelphia, hanno avuto l'occasione di assistere ad una delle sciagure più importanti della storia: l'esplosione del dirigibile tedesco *Hindenburg*. Nei quarantasette secondi che seguirono l'esplosione prima che il dirigibile si schiantasse per terra, ciascuno dei ventidue fotografi, ha documentato in modo completo la triste sciagura. L'indomani i giornali hanno potuto riservare pagine su pagine alle foto di quell'accaduto. Un esempio significativo di quel luogo comune secondo il quale una fotografia vale più di mille parole. E in effetti la parola in questo caso non avrebbe saputo descrivere l'evento con la stessa efficacia delle istantanee scattate.

Fotoreporter, sempre più affermati sulla scena internazionale, grazie alla disponibilità di apparecchi via via più piccoli e sofisticati, dotati di obiettivi luminosi e pellicole veloci, furono in grado di sfruttare i perfezionamenti tecnologici per portare il lettore-osservatore direttamente sulla scena degli avvenimenti, anziché fornendo loro soltanto una documentazione fotografica. Il fotogiornalista è testimone dei fatti, perché si trova nel posto dove, e nel momento in cui, questi fatti accadono. Può considerarsi testimone privilegiato perché riesce a raccontare gli eventi con una forza e un'immediatezza che raramente le parole possiedono. È tale – forte – carica emozionale presente nei grandi servizi di reportage, che porta il lettore ad essere in qualche modo partecipe delle vicende fotografate. Il fotoreporter assume una doppia identità nei confronti del pubblico.

67 Dai primi anni del Novecento era possibile stampare parole ed immagini sui giornali velocemente, e in contemporanea, grazie a due cilindri: uno riservato al testo, l'altro alle fotografie. Più tardi il testo venne riprodotto fotomeccanicamente sulla lastra delle illustrazioni, e si poté così eliminare il secondo cilindro.

68 Newhall Beaumont, 1984, *Storia della fotografia*, trad. it. di Laura Lovisetti Fuà, Torino, Giulio Einaudi editore, p. 355

Prima di tutto rappresenta una proiezione dello sguardo del lettore. Si dirà che, la rivista «Life» ha fatto molto più che portare la guerra nelle case di tutti gli americani: ha portato gli americani nei luoghi della guerra. In secondo luogo, il fotoreporter è complice di quel meccanismo di autoidentificazione innescato da una fotografia che consiste nella realizzazione di un bisogno di partecipazione. L'idea di essere visti coinvolge non solo l'autore, ma anche il soggetto che riprende.

La parola d'ordine è dunque *spettacolarizzazione*, il lettore deve essere coinvolto dalle immagini, deve sentirsi spettatore. Dalle anonime cartoline che numerose, e anonime, sono circolate per raccontare la prima guerra mondiale, si passa a foto cariche d'azione, e di morte. Lo spartiacque è segnato dalla guerra civile di Spagna.

Da questo momento – scrive Furio Colombo – la parola pubblico indica un cupo e affascinante diritto a vedere tutto per quanto spaventoso (“bello!” grida inconsciamente l'operatore davanti all'edificio che salta in aria ripreso al momento esatto, con la luce giusta e il fuoco perfetto dell'obiettivo), a una partecipazione immaginaria, per cui non è necessario scegliere e militare, basta guardare.⁶⁹

3.2 «Life», il trionfo dell'immagine nei confronti della parola

«Per vedere la vita, per vedere il mondo, essere testimoni dei grandi avvenimenti, osservare il viso dei poveri e i gesti dei superbi; per vedere cose strane: macchine, eserciti, moltitudini, ombre nella giungla; per vedere cose lontane migliaia di chilometri; nascoste dietro muri e all'interno delle stanze, cose che diventeranno pericolose, donne amate dagli uomini, e tanti bambini; per vedere e avere il piacere di vedere, vedere e stupirsi, vedere e istruirsi».

Con queste parole Henry Luce presentava il primo numero di «Life», comparso negli Stati Uniti il 23 novembre 1936, con una tiratura iniziale di oltre quattrocentomila copie.

Il cuore della rivista «Life» fu senza dubbio rappresentato dalla fotografia, che decretò la sua gloria e il suo successo. Si trattò di un favore reciproco, in quanto fu proprio grazie alla

69 Citato in Fiorentino Giovanni, 2004, *L'occhio che uccide. La fotografia e la guerra: immaginario, torture, orrori*, Roma, Meltemi, p. 53

rivista che la fotografia raggiunse ogni angolo del mondo, raccontando la *vita* dagli aspetti più remoti ai risvolti più comuni. «Life» contribuì a creare il mito del fotoreporter, conferendo alla fotografia il massimo splendore.

«Life» fu la prima rivista pianificata da capo a fondo. Henry Luce intendeva realizzare una rivista “brillante” in senso lato, su carta patinata e con immagini luminose. Voleva fare una promozione del fotogiornalismo, sempre pronto, come in una squadra vincente, «a comprare dai migliori quello che c'è di meglio». La caratteristica che però, sin dall'inizio, distinse «Life» dai *competitors* fu quella di lavorare con un'équipe di quattro o cinque fotoreporter titolari, questo consentì alla rivista di definire il proprio stile ed a i suoi fotografi di essere ricordati come i fautori di uno dei progetti editoriali più riusciti del Ventesimo secolo.

La copertina del primo numero della rivista riportava l'impressionante fotografia di Margaret Bourke-White che rappresenta la diga di Fort Peck, simbolo di volontà e successo. Accanto ad una delle prime donne-fotoreporter – sicuramente fra le più importanti – lavorava una validissima squadra dai grandi nomi.

Alfred Eisenstaedt, giunge negli Stati Uniti nel 1935 dopo aver lavorato per diverse riviste europee, ed essersi consacrato grande fotografo grazie al reportage sulla guerra d'Etiopia.

Carl Mydans, proveniente dalla Farm Security Administration che si specializzò in problemi dell'Estremo Oriente. Fritz Goro, proveniente dalla «Münchner Illustrierte» e dedicatosi alla fotografia scientifica. John Phillips che, prima, durante e dopo la seconda guerra mondiale, girò in lungo e in largo il mondo per seguire avvenimenti di ogni genere.

Un nome che la storia ricorda, fra i più importanti, è quello di un altro collaboratore di «Life»: William Eugene Smith, uno dei più grandi fotografi di tutti i tempi. Smith, nella sua travagliata vita consacrata alla fotografia, ci ha regalato fra i più bei reportages che il fotogiornalismo possa annoverare, ne ricordiamo tre in particolare: *Country Doctor*, *Spanish Village* e *Nurse Midwife*. Il primo fu pubblicato nel settembre del 1948, quando Smith era ormai piuttosto famoso per via delle foto di guerra eseguite nel Pacifico meridionale. “Villaggio spagnolo” apparve nel 1951 ed è forse il servizio di Smith più conosciuto, quello che rappresentò per molti fotografi un punto di riferimento. Il terzo, pubblicato nel dicembre dello stesso anno, è forse il più bello, «quello che riesce a

coniugare mirabilmente le ragioni informative con quelle stilistiche e umane dell'autore»⁷⁰.

Smith rappresenta per il fotogiornalismo una figura di santo e di martire. «La forza e la grandezza delle sue immagini, violentemente espressioniste ed estremamente elaborate in fase di stampa, hanno qualcosa di epico»⁷¹. La vita di Smith fu caratterizzata da due contraddizioni che Colin Osman definisce «terribili e feconde al tempo stesso»⁷². Prima di ogni cosa, pretende di essere il solo a decidere delle proprie foto, compresa la pubblicazione. Smith, infatti, non permetteva a nessuno di intervenire sulle immagini che aveva scattato. Egli stesso dirà: «non voglio che un qualsiasi difetto di presentazione mi rovini il lavoro [...] Prima di fotografare cerco di capire, poi fotografo con passione quello che ho voglia di fotografare. Poi esamino i risultati, e il modo di utilizzarli, con metodo impassibile e freddo. Soltanto allora lascio che la passione ritorni». Allo stesso tempo, però, questo modo di fare, rendeva Smith insopportabile a chi gli stava intorno, ed anche da un punto di vista professionale non furono rari i cambiamenti durante la sua vita.

Conoscere il percorso fotografico di questo fotografo ci consente di fare delle riflessioni sull'etica della fotografia intesa come veritiero racconto di notizie per immagini. I suoi *reportages* (letteralmente “riportare” la realtà) erano giornalismo o erano arte? Lo stesso Smith è consapevole del considerevole disaccordo fra l'obiettività del fotogiornalista e la soggettività del grande fotografo “creatore” di immagini. «Sono continuamente lacerato – dirà Smith – fra l'atteggiamento del giornalista coscienzioso, che riferisce i fatti, e quello dell'artista creatore, il quale sa che poesia e verità letterale stanno male insieme».

Si evidenziano, in maniera decisiva, le contraddizioni del reportage classico. Smith con la sua intransigenza professionale e con il suo stile eroico e drammatizzato, ne rappresenterà allo stesso tempo il capolavoro e la fine.

70 Mormorio Diego, 1996, op. cit., p. 69

71 Lemagny Jean-Claude, Rouillé André (a cura di), 1988, op. cit., p. 169

72 Ivi, p. 169-170

3.3 Robert Capa, Henri Cartier-Bresson e i fotografi di Magnum Photos per la tutela dei propri diritti

«Le riviste americane come “Life” esaltavano i loro fotografi, ma in nome del corporativismo aziendale più che dello spirito e della continua specificità della fotografia⁷³». Per rilanciare la professionalità dei *creatori di immagini*, sottraendosi allo sfruttamento e alle pressioni di ogni genere, alcuni – grandi – fotografi, all'indomani del secondo conflitto mondiale, decisero di unirsi in cooperativa: nacque l'agenzia *Magnum Photos*, fondata nel 1947 a Parigi da Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, David 'Chim' Seymour e George Rodger. Solo un anno dopo, l'agenzia aprì una sede a New York. Era appena nata la più prestigiosa agenzia fotogiornalistica del mondo.

L'agenzia *Magnum Photos* nasceva in dichiarata opposizione ai più famosi fotogiornali dell'epoca e al sistema di potere che ne controlla l'attività. A tutela dei propri *soci*, Magnum prevedeva che i diritti delle immagini restassero di proprietà degli autori e non delle riviste; rimanere titolari dei diritti significava aumentare il proprio potere contrattuale e vendere i reportages fotografici a più testate in paesi diversi, moltiplicando le possibilità di guadagno e visibilità.

Ancora una volta, come per la rivista «Life», la storia di questa agenzia passa per le vicende dei suoi protagonisti. Primo fra tutti Robert Capa⁷⁴ – già all'epoca uno dei più famosi fotoreporter – che, fra i padri fondatori, è stato presidente della Magnum dal 1950 al 1953. La sua vita fu dedicata principalmente ai reportages di guerra. Alcune sue immagini, come quella del miliziano spagnolo colpito a morte scattata durante la guerra civile del 1936, sono diventate vere e proprie icone del Novecento.

Con Capa il fotogiornalista assume una natura autonoma. Il fotografo non vuole più essere considerato un artigiano dell'immagine, succube delle scelte dei giornali e degli abusi nei

73 Favrod Charles-Henri, Zannier Italo, testi di, 1997, *L'archivio Favrod – La storia della fotografia come fotografia della storia*, Milano, Federico Motta Editore, p. 8

74 Robert Capa – il suo vero nome è Andreas Friedmann – nasce a Budapest nel 1913. Successivamente, nel 1931, è costretto a lasciare l'Ungheria per le sue simpatie comuniste e si trasferisce a Berlino dove comincia a lavorare per l'agenzia Dephot. Ebreo, nel 1933, si rifugia a Parigi, dove conosce Cartier-Bresson e 'Chim' Seymour con i quali condivide la sua camera oscura. La sua carriera di fotoreporter di guerra comincia in Spagna nel 1936. Da allora seguono molti servizi, in Cina, durante la seconda guerra mondiale come inviato di *Life*, in Israele, in Indocina, dove muore nel 1954 saltando su una mina.

suoi confronti. Il fotografo deve piuttosto essere un autore a tutti gli effetti, con diritti e tutela per il proprio prodotto culturale. Capa, scrive Romeo Martinez che l'ha frequentato anche durante la guerra civile spagnola, «volle essere quasi a modo suo un maestro di vita, rispettando sempre le attitudini personali e le vedute dei compagni. Stabilendo i dettami e i canoni della professionalità, tentò di inquadrare gli uomini. Puntualizzò un'etica e una coscienza ben staccate dal puro interesse economico ed è in questo spirito che *Magnum Photos* prosegue il suo cammino»⁷⁵.

Anche George Rodger fu un grande fotoreporter di guerra, ma le sue immagini più famose restano quelle scattate in Africa Centrale. David Seymour, che succedette a Capa come presidente della *Magnum*, rimase ucciso nel 1956 durante lo sbarco a Suez. Tragica è stata la fine anche di un altro fotografo, Werner Bischof che, entrato nell'agenzia nel 1949, muore nel 1954 in un incidente d'auto, non prima però d'averci lasciato splendide immagini scattate in Cina, Giappone e Perù.

La morte di tanti fotografi non segnò la fine della *Magnum*, che nonostante le difficoltà si sviluppò in maniera considerevole, lavorando principalmente per la stampa americana e scoprendo nuovi talenti, come fa tuttora.

L'idea di fondare una cooperativa di fotogiornalisti si era rivelata vincente. Affrancandosi dalle grandi testate giornalistiche ed agenzie che avevano sempre disposto del loro tempo e, soprattutto, dei loro negativi, i fotografi potevano mantenere così libertà d'azione e indipendenza. Eve Arnold, Elliott Erwitt, Erich Hartmann, Marc Riboud, Ferdinando Scianna, Sebastião Salgado, Steve Mc Curry sono tra i nomi che hanno raccontato per *Magnum* la storia fotografica dei principali fatti dell'umanità.

Ma, fra tutti i protagonisti, colui che lega il proprio nome all'avventura della *Magnum* in maniera probabilmente più forte e duratura è Henri Cartier-Bresson. Il genio ed il rigore formale che lo caratterizzano, lo portano a scattare, per decenni, grandi fotografie di reportage in giro per il mondo.

Oltre a centinaia di immagini, sintesi della sua sincerità espressiva e figlie del «momento decisivo», a Cartier-Bresson si deve la definizione più puntuale del gesto fotografico del

⁷⁵ Citato in Zannier Italo, 1988, *L'occhio della fotografia. Protagonisti, tecniche e stili dell'“invenzione meravigliosa”*, Roma, La Nuova Italia Scientifica, p. 228

reporter: «la fotografia è, nello stesso istante, il subitaneo riconoscimento del significato di un fatto e l'organizzazione rigorosa delle forme percepite visualmente che esprimono e significano quel fatto». Si cerca di cogliere un momento denso di realtà che sia allo stesso tempo armonizzato nelle forme, una soluzione grazie alla quale scaturirono fotografie di raffinata eleganza e profondo sentimento.

Nello stile di Cartier-Bresson si denota il rigore di chi vuole trasmettere all'osservatore «la sensazione di trovarsi davanti ad un “attimo passeggero”, senza manipolazioni del fotografo, né di natura tecnica né estetica»⁷⁶. Dalla sua mitica Leica, attraverso la lunghezza formale di un'ottica da 50 mm, cominciarono ad uscire immagini persuasive che rifiutano ogni intervento del fotografo, escludono il mosso e lo sfocato, esaltando la nitidezza, e si illuminano della luce ambientale, senza interventi artificiali. Tutte immagini che avranno un “centro” di importanza decisivo, il *punctum* barthesiano, attorno al quale si dispongono gli elementi del contesto che ne precisano il significato.

Fra le testimonianze di questo stile vi è sicuramente il suo primo libro, *Images à la sauvette* (1952) che, diventa ben presto un classico e consacra Cartier-Bresson come il più grande fotogiornalista del Ventesimo secolo.

Sintetizzando la Magnum in una frase, possiamo definirla come quella prestigiosa agenzia che grazie ai suoi protagonisti e con l'autorevolezza che l'ha contraddistinta, ha influenzato più di tutte la storia della fotografia e del fotogiornalismo contemporanei.

3.4 La fase discendente. Agonia del fotogiornalismo classico e ricerca di risposte nuove

Con la fotografia di Henri Cartier-Bresson si chiude il ciclo del fotogiornalismo come *mass medium*. Si trattava di quella concezione *classica* di fotogiornalismo che era iniziata negli anni Trenta e si era conclusa negli anni Settanta con la definitiva diffusione della televisione.

Il fotogiornalismo comincia quindi a cercare nuove formule, una nuova definizione, la

⁷⁶ Zannier Italo, 1988, *L'occhio della fotografia. Protagonisti, tecniche e stili dell'“invenzione meravigliosa”*, Roma, La Nuova Italia Scientifica, p. 231

quale consiste soprattutto nel trasgredire quella concezione di “obiettività” caratteristica della fotografia, su tutti, di Cartier-Bresson.

Fotografi come William Klein cominciano ad utilizzare segni accentuati e soggettivi, e non lo fanno per un'estetica esibizionista, «ma per utilizzare ed evidenziare in modo estremo le nuove possibilità di visualizzazione concesse dai materiali fotosensibili, sempre più rapidi, dagli strumenti, ancor più versatili, e dagli obiettivi, ultraluminosi e ricchi di suggerimenti a cogliere prospettive altrimenti aliene, quelle dei supertele o degli ipergrandangolari, alle quali l'occhio si è rapidamente adeguato, cogliendone i valori documentari, ma soprattutto quelli metaforici e poetici.»⁷⁷

Negli anni Sessanta-Settanta, lo sviluppo incalzante della televisione, che presenta un linguaggio immediato e spettacolare, accompagna il reportage fotografico alla strada del suo declino. La fotografia torna a ricoprire il ruolo di semplice illustrazione sui giornali e intanto si converte verso una tipologia di largo uso e consumo, è il boom della stampa scandalistica e sensazionalistica.

La fase discendente del fotogiornalismo coincide fatalmente anche con due fatti tragici che hanno segnato inevitabilmente la fine di quell'epoca – precedente all'avvento della televisione – caratterizzata dal reportage d'autore. Nel 1954 Robert Capa è in Indocina, inviato della rivista «Life» per fotografare l'esercito francese in difficoltà contro i partigiani vietnamiti. Durante una sosta del convoglio insieme al quale Capa si muove, per poter effettuare un ripresa più ampia della pattuglia dei soldati francesi, si allontana per alcuni metri dal gruppo. Purtroppo calpesta una mina antiuomo, e muore. Solo due anni dopo, a Suez, in Egitto, troverà la morte un altro dei fondatori della *mitica* agenzia *Magnum Photos*. David Seymour muore colpito per errore da una mitragliatrice.

Le fotografie di Robert Capa e di molti altri reporter, erano la prova della presenza partecipe sul luogo dell'accaduto, laddove si svolgevano i fatti e nascevano le notizie. Anche gli spettatori riuscivano a percepire questa presenza fisica, quasi feticistica, a contatto con la realtà. La pervasività della televisione, invece, e il flusso delle immagini in movimento che la caratterizza, trasmette agli spettatori l'idea della contemporaneità.

77 Zannier Italo, 1988, *L'occhio della fotografia. Protagonisti, tecniche e stili dell'“invenzione meravigliosa”*, Roma, La Nuova Italia Scientifica, p. 234

Telegiornali e servizi portano gli spettatori sul terreno della storia, consentendo loro di seguire in *diretta* gli eventi. Caratteristica che il cinema e la fotografia, non avevano mai avuto. Le immagini in movimento penetrano, ormai, nella coscienza degli spettatori, mutando radicalmente la percezione degli eventi e le caratteristiche del giornalismo per immagini. Si conclude l'epoca dell'*immagine-icona*.

La guerra di Indocina segna il punto oltre il quale i fotogiornalisti non si troveranno più da soli sul teatro degli eventi, ma saranno circondati dagli operatori televisivi. La guerra in Vietnam rappresenterà l'ultimo conflitto con una forte componente fotografica, da quel momento i reporter faranno parte di singole unità di soldati, diventeranno fotografi *embedded*, e le loro fotografie talvolta perderanno di quella *veridicità* che fino a poco tempo prima le qualificava.

In seguito – nonostante non manchino ancora oggi reportage d'autore – il fotogiornalismo si è assestato su dei binari nuovi. Non a caso, le foto più dure del secondo conflitto iracheno saranno quelle scattate *amatorialmente* ad opera di militari, nella prigione di Abu Ghraib – diventata presto luogo di torture –, ed inviate ai propri amici e parenti come trofei di guerra⁷⁸.

Sono esempi di quel *citizen journalism*, di quel *reporting* amatoriale, spesso svincolato da ogni considerazione deontologica, che ha ritrovato slancio negli ultimi tempi grazie a *social networks* quali *MySpace* e *Facebook* e alla formula istantanea della diffusione via *web* di contenuti scritti, fotografie e video⁷⁹.

Mai come in questo caso vale la dinamica del trovarsi nel posto giusto al momento giusto. I “nuovi reporter” non devono più preoccuparsi neanche dell'attrezzatura fotografica, in quanto talvolta basta un cellulare di recente costruzione per poter disporre degli strumenti necessari a documentare i fatti ai quali si è presenti.

78 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 104

79 In questo senso, notevole importanza è assegnata al ruolo fondamentale che ha avuto la diffusione della banda larga per le connessioni internet veloci. Una diffusione forse paragonabile solo a quella della televisione durante gli anni Sessanta-Settanta.

4. Le tipicità del caso italiano

Fotografia e fotogiornalismo in Italia, seguono un percorso differente dal resto dell'Europa e dagli Stati Uniti. La massima distanza si avverte soprattutto negli anni Sessanta, il periodo in cui l'Italia vive l'età d'oro del fotogiornalismo, a differenza di tutti gli altri Paesi laddove cominciava ad incontrare le prime serie difficoltà ed il successivo, inesorabile, declino. Un'epoca che in realtà durò ben poco. Ma arriviamoci gradualmente...

4.1 Futurismo, fascismo, stampa illustrata

Agli inizi del Ventesimo secolo, la fotografia italiana fu sostenuta dal movimento Futurista, il quale la considerava come l'arte della civiltà meccanica. Filippo Tommaso Marinetti, il teorico del movimento, non si limitò ad inserirla, ma indicò anche le sedici regole per ottenere una foto futurista. Tra queste regole vi era il fotomontaggio, la veridicità delle immagini risultava piuttosto labile e, non a caso, fu usato anche dal regime fascista con intenti di persuasione politica.

Una dimostrazione di tale impiego fu evidenziata dall'uso della documentazione fotografica da parte dell'Istituto Luce, «l'ente ufficialmente incaricato di produrre le immagini ufficiali e di propaganda del regime». I suoi fotografi non seguivano l'attualità, ma avevano il compito di realizzare un autoritratto dell'Italia fascista; così grandi adunate, gare ginniche, attività nelle colonie, momenti di vita del duce, erano destinati di lì a poco a riempire gli archivi dell'istituto. Figura significativa del fotogiornalismo italiano del periodo è stata, senza dubbio, quella di Adolfo Porry Pastorel (1888-1959) che collaborò a lungo con «Il Giornale d'Italia» e che, dopo aver fondato l'agenzia fotografica *Vedo*⁸⁰, cominciò a far concorrenza all'Istituto Luce.

Il fotogiornalismo in Italia non aveva uno *status* ben definito, si trattava piuttosto di un fenomeno a carattere episodico, presente il più delle volte nei periodici piuttosto che

80 Manodori Sagredo Alberto, 2006, *Fotografia. Storie generi iconografie*. Bologna. Bononia University Press, p. 67

nei quotidiani. I primi esempi di rotocalchi italiani risalgono ad «Omnibus», settimanale di attualità politica e letteraria, nato nel 1937, diretto da Leo Longanesi per Rizzoli. Le sue dodici pagine erano variamente assortite da temi colti e rubriche dissacranti, ed il ruolo della fotografia rientrava in un'ottica espressiva o satirico polemica. Le fotografie riprendevano personaggi famosi e divi dello spettacolo e l'ultima pagina era dedicata ad un racconto fotografico corredato di un breve testo didascalico. L'utilizzo di immagini e testi avveniva in parallelo, a volte risultavano collegati, altre volte si presentavano indipendenti. Sebbene trattasse i propri temi in modo irriverente, il settimanale non si discostava dalle opinioni ufficiali. Questo non bastò per evitare, il 28 gennaio del 1939, la soppressione del giornale, da parte di un regime che lo riteneva troppo intellettuale ed oltremodo ironico.

Arrigo Benedetti e Mario Pannunzio, i due collaboratori di punta della rivista, si spostarono alla direzione del neonato «Oggi». Longanesi, invece, si impegnò in un'altra esperienza editoriale, dirigendo «Il Borghese».

Fra i primi settimanali italiani, che seguirono l'esempio statunitense di una stampa impegnata in cui la fotografia la fa da padrona, vi fu «Tempo» di Arnoldo Mondadori, nato nel 1939. «Tempo» era ispirato all'americano «Times», e la conferma di ciò si trovava nelle sue pagine, formato tabloid, ricche di fotografie che trattavano principalmente il tema del lavoro. L'interesse per la fotografia era sottolineato anche dalla rubrica della posta, riservata alla pubblicazione delle immagini dei lettori.

Federico Patellani, solitamente considerato il padre del fotogiornalismo italiano, inaugurò una stagione di “fotoservizi” realizzati da un unico autore e composti da immagini e parole perfettamente integrate. La tecnica del fotoracconto si consolida nel dopoguerra e segna la svolta nell'utilizzo delle immagini.

L'esperienza del “primo” «Tempo» durò solo pochi anni; nel 1943 la rivista fu soppressa, per poi tornare alla luce dopo la guerra ma con una significativa riduzione delle pagine, nonostante ciò riuscì a trovare una posizione solida e di lunga durata, grazie soprattutto al nuovo atteggiamento che assunse nei confronti del mercato editoriale. Si trattava, infatti, di una rivista che adottò presto il colore presentandosi come un prodotto a carattere divulgativo e senza pretese culturali o letterarie.

Qualche anno dopo si diede vita ad un altro esperimento editoriale, «Cinema nuovo», uscito a Milano dal 1952 al 1958. L'aspetto interessante di questo settimanale – che pubblicava immagini di fotografia documentaria affiancate a quelle dei set cinematografici e ai ritratti dei divi dello schermo – era il modo in cui il fotografo veniva considerato all'interno della redazione. Mettendo il fotografo sullo stesso piano degli autori, finalmente veniva riconosciuta una certa importanza al suo lavoro. Dal 1954 cominciarono ad apparire nuove forme di racconto per immagini, si inaugurava la fortunata stagione dei “fotodocumentari”, firmati da due autori, nomi che fecero la storia della fotografia italiana del dopoguerra, Ugo Mulas, Carlo Bavaglioli, Enzo Sellerio, Franco Pinna.

Il periodo che seguì la Seconda Guerra Mondiale rappresentò per il fotogiornalismo italiano la fase più fortunata. I periodici si affermarono e si moltiplicarono spaziando ampiamente da prodotti editoriali che rientravano in una fascia intermedia, colta ed impegnata, a prodotti di basso livello, soprattutto scandalistici. Il principale obiettivo, sia per gli uni che per gli altri, era quello di colpire il lettore.

In una situazione del genere la fotografia ricopriva un ruolo di supporto al testo, aveva funzione illustrativa, ma allo stesso tempo non riusciva a focalizzare la propria attenzione su temi specifici, il fotogiornalismo si vide costretto a muoversi tra lo scoop di cronaca rosa, il reportage esotico, il pettegolezzo, ecc.

Cruenti fatti di cronaca, catastrofi, denuncia politica, ma anche temi antropologici e di ricerca sociale, venivano tutti presentati con lo scopo di provocare nel lettore uno stress emotivo, una sorta di *pornografia* dell'immagine, uno *shock*, che Susan Sontag descrive in questi termini,

Vale per il male la stessa legge che si applica alla pornografia. Il trauma delle atrocità fotografate svanisce vedendole ripetutamente, come la sorpresa e lo sconcerto che proviamo assistendo per la prima volta a un film pornografico si attenuano fino a sparire se se ne vanno a vedere altri. Il senso del tabù che ci indigna e ci rattrista non è molto più solido del senso del tabù che determina la definizione dell'osceno. [...] L'enorme catalogo fotografico della miseria e dell'ingiustizia nel mondo ha dato a tutti una certa consuetudine con l'atrocità, facendo apparire più normale l'orribile, rendendolo familiare, remoto («è soltanto una fotografia»), inevitabile. Ai tempi delle prime fotografie dei Lager nazisti, in quelle immagini non c'era niente di banale. Ma dopo

trent'anni si è forse arrivati a un punto di saturazione. In questi ultimi decenni, la fotografia «impegnata» ha contribuito ad addormentare le coscienze almeno quanto a destarle.

Si diffuse, dunque, tra i lettori-osservatori, una forma di assuefazione che sostituiva l'indignazione con la rassegnazione. I fotografi iniziano ad assumere un atteggiamento individualistico che li porta a rivaleggiare. Al contrario di altre esperienze di cooperazione (abbiamo visto ad esempio *Magnum*), in Italia i fotografi entrano in concorrenza fra loro, contribuendo a consolidare un panorama estremamente frammento che ha impedito alla professione del fotogiornalista di affermarsi come tale, con il riconoscimento di diritti, doveri, ma soprattutto deontologie e codici di comportamento. Le redazioni trattavano in modo subalterno i fotografi, mentre le agenzie servirono solo da raccordo.

Un caso interessante nel panorama nazionale fu rappresentato dalle testate “di orientamento”, con ambizioni letterarie ed espressione di un preciso punto di vista politico culturale; le tre più importanti furono «L'Europeo», «Il Mondo» e «L'Espresso».

Fondato nel 1946, con il suo grande formato “lenzuolo”, «L'Europeo» terminò le pubblicazioni negli anni Novanta. Sotto la direzione di uno degli allievi di Longanesi, Arrigo Benedetti, il settimanale subì un *restyling* nel 1951, passando dallo “scomodo” ma “affascinante” formato *broadsheet* ad un più piccolo. Da sempre molto attento alla cronaca politica, ricco di inchieste, corrispondenze e *reportage*; al suo interno le fotografie venivano utilizzate come contrappunto ai testi, a volte unite, a volte autonome.

«Il Mondo», fondato nel 1949 da Mario Pannunzio, costituì il punto di riferimento del pensiero liberal-democratico fino al 1966, anno della sua chiusura. Le immagini ricoprivano nell'impostazione editoriale e nel progetto grafico un ruolo centrale; venivano scelte dal direttore stesso, che apprezzava la fotografia e ne riconosceva i contenuti culturali. Gli scatti singoli godevano di una maggiore considerazione, avevano il compito di sottolineatura o denuncia.

Infine «L'Espresso», settimanale orientato su posizioni di sinistra, nato nel 1955 su iniziativa di Benedetti e Eugenio Scalfari e con il sostegno finanziario di Adriano Olivetti. Sulle sue pagine dominavano la cronaca e le inchieste corredate da immagini forti, utilizzate a fini espressivi. L'impostazione rispecchiava l'intento di sollecitare l'emotività del lettore, sottoposto a continuo stress sui temi politici e sociali.

4.2 Dagli anni Settanta alla situazione attuale

Negli anni Settanta, il decisivo avvento del medium televisivo, e la diffusione in *tempo reale* di notizie dal mondo da parte dei grandi *networks* internazionali, porta ad una mutazione genetica del fotogiornalismo. Molte riviste illustrate chiudono i battenti e il racconto giornalistico per immagini cerca di sopravvivere all'ondata mediatica, sfruttando le caratteristiche specifiche della fotografia. Non si rincorre più l'evento spettacolare – le fotografie stampate non avranno mai la stessa tempestività delle immagini televisive –, ma si concentra l'attenzione sulla vita della gente. Si assiste ad una tendenziale frammentazione delle tematiche trattate, i periodici si specializzano e rispondono a particolari *target* di riferimento: adolescenti, donne, classi dirigenti, appassionati.

La trasformazione delle testate avviene anche da un punto di vista “fisico”, con il tempo tutte adotteranno il formato ridotto, alleggerendo l'impostazione grafica, migliorando la qualità della stampa ed affermando l'utilizzo definitivo del colore.

La storia del fotogiornalismo in Italia è anche una storia delle fotografie non fatte, dell'uso e dell'abuso della notizia e dell'immagine, della censura politica, di quel distacco rispetto all'Europa che ha portato la stampa, se non in rari casi, a trascurare la fotografia.

I maggiori ostacoli allo sviluppo di un fotogiornalismo maturo furono però dovuti alla commistione fra potere politico, grandi aggregazioni editoriali e stampa, che ha condizionato le dinamiche del fotogiornalismo italiano, frenandone la maturità, favorendo l'affermarsi di una fotografia d'agenzia neutra e di bassa qualità e ostacolando lo sviluppo di qualsiasi forma di fotografia indipendente, ragionata, personale.

Capitolo II

La comunicazione per immagini, le deontologie e i codici di comportamento.

Fotografare è essenzialmente un atto di non intervento. L'orrore di certi «colpi» memorabili del fotogiornalismo contemporaneo, [...] deriva in parte dalla plausibilità che ha assunto, nelle situazioni in cui il fotografo può scegliere tra una fotografia e una vita, la scelta della fotografia. Chi interviene non può registrare, chi registra non può intervenire.

Susan Sontag

Qual è lo scopo del fotogiornalismo? Quali sono i parametri di riferimento della comunicazione per immagini? Quali i suoi confini?

La storia del fotogiornalismo è sempre stata accompagnata da tali interrogativi. Con la stampa sui giornali e la sua diffusione di massa, la fotografia incontra l'etica e comincia ad affrontarla: cosa pubblicare, dove e come pubblicarlo. L'affermazione del mestiere del fotogiornalista, poi, porta i professionisti dell'immagine a darsi delle regole, codici deontologici con i quali confrontarsi. Quanto può essere veritiero un *reportage*? Quali sono i motivi che possono spingere a *truccare* un racconto per far passare un determinato messaggio, falso? In più, una foto artistica, può elevarsi a documento storico? Arte e giornalismo *vanno d'accordo*? Ci si rende conto, sin da subito, che la fotografia è uno strumento di persuasione forte: temuta dai governi ed il più delle volte, per questo, manipolata. Fotomontaggi, elaborazioni, scelte editoriali (pubblicare o meno una foto, descriverla, contestualizzarla, richiedere un determinato tipo di immagini), valutazioni fotografiche in fase di scatto, sono tutte occasioni suscettibili di un apporto personale, quindi soggettivo e per definizione *non obiettivo*.

Affrontiamo questo capitolo con lo scopo di riflettere sulle motivazioni che, in passato come nel presente, hanno spinto a manovrare la comunicazione per immagini. Non solo, ci interesseremo delle regole del fotogiornalismo, con un occhio attento alla deontologia della professione, per scoprire se è vero che «la macchina fotografica [...] non mente mai»⁸¹.

81 Citato in Papuzzi Alberto, 2003, op. cit., p. 115

1. Contro una visione pittorialista della fotografia. Nasce la straight photography

*Documentaria è la fotografia della polizia
scattata sul posto di un delitto. Quello è
un documento. Vedi bene che l'arte è senza
utilità, mentre un documento ha un'utilità.
Per questo l'arte non è mai un documento,
ma può adottarne lo stile.
È quello che faccio io.*

Walker Evans

Il rapporto arte-fotografia assume una nuova definizione a partire dall'inizio del Ventesimo secolo. Chi, con la nascita della fotografia, aveva decretato la morte dell'arte, dovette presto ricredersi. L'arte non moriva, anzi cominciava a prendere le distanze dalla fotografia, e viceversa. In questo periodo i pittori, soprattutto quelli d'avanguardia, hanno visto nella fotografia una liberazione: «non si sentivano più costretti a rappresentare qualcosa con le loro immagini. Erano nati il Cubismo e l'arte astratta»⁸².

Inizia a svilupparsi una nuova estetica funzionale che influenza anche la fotografia. I critici cominciano ad elogiare «le fotografie che sembrano fotografie», prive di tutte quelle manipolazioni così presenti nelle fotografie dei pittorialisti.

Nel 1904, il critico d'arte Sadakichi Hartmann, invitava i fotografi ad abbandonare le pratiche fotografiche che, con pretese artistiche, tendevano la mano alla pittura:

E quella che io chiamo fotografia diretta (*straight photography*) – mi domanderanno – come può definirla? Beh, è abbastanza facile. Affidatevi al vostro apparecchio, al vostro occhio, al vostro buon gusto, alla vostra conoscenza della composizione, considerate ogni variazione di colori, di luce e d'ombra, studiate linee, valori, divisioni degli spazi, aspettate pazientemente che la scena o l'oggetto che vi siete proposti di raffigurare si riveli nel suo supremo momento di bellezza; in poche parole, componete l'immagine in modo tale che il negativo sia assolutamente perfetto e non abbia bisogno di alcuna o tutt'al più di una modestissima manipolazione. Io non mi oppongo al ritocco, alle eliminazioni o alle accentuazioni, fintanto che non interferiscono con le qualità naturali della tecnica fotografica. I

82 Newhall Beaumont, 1984, *Storia della fotografia*, trad. it. di Laura Lovisetti Fuà, Torino, Giulio Einaudi editore, p. 235

segni e le linee del pennello, d'altro canto, non sono elementi naturali della fotografia, e io mi oppongo e sempre mi opporrò a fare uso del pennello, a imbrattare con le dita, a scarabocchiare, scalfire e sgorbiare sulla lastra, nonché al procedimento con la gomma bicromatata e con la glicerina, se tali mezzi sono usati soltanto per creare effetti confusi, indistinti.

Non fraintendete le mie parole. Non voglio che l'operatore fotografico stia abbarbicato a metodi prescritti e a modelli accademici. Non voglio che sia meno artista di quanto sia oggi, anzi io voglio che sia artista, ma solo nei modi legittimi... Voglio che la fotografia pittorica sia riconosciuta come arte bella. È un ideale che amo... e per il quale combatto da anni, ma sono altrettanto convinto che lo si può raggiungere solo con la fotografia pura⁸³.

Insomma, i pittori non dovevano “giocare” a fare i fotografi, ed i fotografi non dovevano “giocare” a fare i pittori. «Il pittore compone con uno sforzo d'immaginazione. Il fotografo interpreta con spontaneità di giudizio. Egli *compone con l'occhio*⁸⁴.

Ed è l'occhio a comporre perché il fotografo deve essere fisicamente presente alle scene che rappresenta nelle sue immagini. La *straight photography* darà l'input decisivo al racconto di notizie per immagini, in quanto la fotografia stessa materializza il carattere peculiare ma invisibile del giornalismo, racchiuso nel motto «andare, vedere, raccontare»⁸⁵.

2. La fotografia e lo Stato. La storia condizionata

Lo Stato teme la fotografia e per questo la controlla. Quanto può essere vera tale affermazione? La mia risposta è: “abbastanza”, e i fatti sembrano confermarlo. Ma procediamo gradualmente.

A partire dalla seconda metà dell'Ottocento, la fotografia raggiunge una maturità tale per cui si rivela capace di costituire un rapporto di riproduzione diretta della realtà. La

83 Sadakichi Hartmann, citato in Newhall Beaumont, 1984, *Storia della fotografia*, trad. it. di Laura Lovisetti Fuà, Torino, Giulio Einaudi editore, pp. 236-237

84 Sadakichi Hartmann, citato in Newhall Beaumont, 1984, *Storia della fotografia*, trad. it. di Laura Lovisetti Fuà, Torino, Giulio Einaudi editore, p. 237

85 Papuzzi Alberto, 2003, op. cit., p. 114

potenzialità persuasiva di cui disponeva non passò inosservata e ben presto nulla fu più in grado di sottrarre la rappresentazione fotografica al controllo della macchina politica.

«Nessuna organizzazione per il governo degli uomini poteva disinteressarsi di uno strumento così adatto per denunciare l'ingiustizia e al tempo stesso per far credere alle verità prestabilite. La fotografia era apparsa come una un'incorruttibile maestra di verità, poi come una legittima difenditrice delle buone cause: si cominciò a prendere coscienza che poteva altrettanto bene mettersi al servizio di quelle cattive»⁸⁶.

Nel 1855, Roger Fenton – inviato a fotografare la guerra di Crimea – realizza il primo reportage di guerra. Successivamente il «Times» di Londra pubblicò le litografie derivate dalle foto, in quanto non era ancora possibile stamparle direttamente sui giornali insieme ai caratteri. L'aspetto interessante, per quanto riguarda il nostro punto di vista, consiste nello scopo che le fotografie di Fenton dovevano avere: assicurare l'opinione pubblica.

Al fotografo inglese fu chiesto di bilanciare con scatti rassicuranti⁸⁷ l'effetto di tensione suscitato dalle cruente corrispondenze spedite da William Howard Russell, il primo inviato dal fronte della storia. Anche lui lavorava per il «Times».

L'attività di Fenton sui luoghi di battaglia, è favorita dall'ausilio di un carro attrezzato a laboratorio fotografico che gli consente di stampare le proprie foto dopo poco tempo.

Come già detto le immagini, per scelte editoriali e politiche, non descrivono combattimenti in corso (d'altronde le prime macchine fotografiche richiedevano anche tempi d'esposizione piuttosto lunghi), ma la guerra è mostrata dal “dietro le quinte”, retrovie, accampamenti, i segni delle cannonate, gli ufficiali inglese che narcisisticamente vogliono essere ritratti nella bellezza delle loro divise⁸⁸.

Qualche anno dopo, la guerra civile americana (1861-1865) fu documentata con immagini molto più forti, le prime immagini che mostravano decine di morti e feriti. La particolare contingenza del conflitto interno, non consentiva di avere uno Stato centrale che potesse intervenire per condizionare le percezioni della guerra in corso, così che Mathew Brady e i suoi collaboratori poterono fotografare anche aspetti della guerra che

86 Lemagny Jean-Claude, Rouillé André (a cura di), 1988, op. cit., p. 126

87 In realtà, nel corso del secolo, saranno le fotografie a testimoniare una maggiore drammaticità nei confronti dei testi

88 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 34

fino a quel momento non erano stati documentati, dai preparativi delle battaglie alle loro conseguenze: file di cadaveri abbandonati nelle campagne, enormi distruzioni materiali. Furono fotografie che suscitarono, una volta pubblicate (in litografia) sui giornali, grande scalpore fra i lettori e che servirono a condizionare l'opinione pubblica sull'opportunità o meno di punire i colpevoli di stragi e trattamenti riprovevoli.

Dopo qualche tempo Brady, con uno sforzo economico non trascurabile, pubblicò le foto del conflitto in un'imponente opera in dieci volumi, *The Photographic History of the Civil War*. Purtroppo il successo che si aspettava non arrivò e ciò fu dovuto principalmente al fatto che «c'è un momento immediato in cui la gente vuol sapere cosa accade e un altro successivo in cui vuole dimenticare un passato doloroso»⁸⁹.

Era, in pratica, la dimostrazione di come il fotogiornalismo potesse recitare la sua parte solo viaggiando alla stessa velocità delle parole scritte sui giornali. In quel caso vi erano le condizioni per generare una forza d'urto dirompente che destava l'animo dei lettori. Forza che perse la propria intensità solo nel momento in cui, diversi decenni dopo, le immagini trasmesse in televisione cominciarono a viaggiare più velocemente delle fotografie.

A prescindere dalle tecnologie utilizzate, comunque, «la fotografia apparirà sempre più come un utensile che potrebbe essere un'arma, quale un martello e un coltello, capace del meglio come del peggio, e di cui in ogni caso è meglio impadronirsi prima degli altri»⁹⁰.

A partire dall'inizio del Ventesimo secolo, le possibilità di controllo della fotografia sono state prese in considerazione da alcuni Stati, in maniera diversa, a seconda dei vizi e delle contraddizioni che li caratterizzavano. Affrontare le tipicità di ciascun caso ci consente di valutare alcuni aspetti esemplari del fenomeno. Le realtà più interessanti risultano essere l'Unione Sovietica, l'Italia fascista, la Germania nel passaggio dalla Repubblica di Weimar al Nazismo, e infine gli Stati Uniti.

In Unione Sovietica, laddove la potenza dello Stato raggiunge i massimi livelli in ottica rivoluzionaria, la fotografia appare prima come mezzo di sovversione radicale, poi come strumento per la sottomissione e l'allineamento delle masse.

Nell'Italia fascista, che idolatra l'idea di Stato e la spettacolarizza, si favorisce lo

⁸⁹ Ivi, p. 35

⁹⁰ Lemagny Jean-Claude, Rouillé André (a cura di), 1988, op. cit., p. 126

sfruttamento della fotografia d'avanguardia.

La Germania presenta due facce contraddittorie separate dalle brutali soluzioni adottate dai nazisti con gli esili e i campi di concentramento. La fotografia, che in età weimariana raggiunge alti livelli di prosperità e sviluppo, con l'avvento del nazismo subisce una regressione notevole.

«Negli Stati Uniti si rivela il gioco evolutivo di un liberalismo che opprime e di uno statalismo che libera, e viceversa»⁹¹.

Quali che fossero le tipicità di ciascun caso, da quel momento in poi sarebbe stato impossibile credere nella vera obiettività delle fotografie. Lemagny riconosce come

«la maggior parte degli uomini ne conserverà un'impressione fluttuante, come quella che danno le immagini della pubblicità: sappiamo che è falsa ma, nell'attesa, crederci è rasserenante. Chi riflette, invece, prenderà coscienza sempre più che, dell'innocenza ormai perduta, alla fotografia non rimane che la messa in discussione della sua natura unica»⁹².

2.1 Unione Sovietica

« ... dobbiamo trovare, cerchiamo e troveremo – non temete! – una nuova estetica che possa esprimere con delle fotografie il fascino e il pathos della nostra nuova realtà socialista »

Alexsandr Rodcenko, 1928

La fotografia nel periodo fra le due guerre, accompagna l'Unione Sovietica nell'opera di costruzione della società socialista. Lo Stato se ne serve per poter documentare i cambiamenti in atto e dare un impulso decisivo a quella nuova cultura che sarà a fondamento del passaggio al comunismo.

Informare, attraverso la fotografia, sulle condizioni di vita e di lavoro, doveva consentire al cittadino sovietico, in gran parte analfabeta, di venire a conoscenza del suo ruolo nella

91 *Ibidem*

92 *Ibidem*

costituzione dell'ordine nuovo. Le immagini documentarie servivano quindi come veri e propri strumenti di alfabetizzazione. Per l'avanguardia russa, la fotografia non era solo documentazione, ma doveva servire a «rivoluzionare il pensiero visuale».

Il popolo sovietico doveva vedere le cose in modo nuovo e ciò che doveva assumere era un punto di vista “industriale”, un punto di vista “socialista”. Alexandr Rodcenko riuscì più di tutti a mettere in pratica tali principi, e allora anche una conifera inclinata, ripresa dal basso verso l'alto⁹³, avrebbe simboleggiato una ciminiera, simbolo della società industriale.

Un altro interessante fenomeno, per il tipo di studio che stiamo conducendo, è quello che considero come la nascita di una embrionale forma di *citizen journalism*, incentivata dallo Stato. Si sviluppava nell'Unione Sovietica degli anni Venti una concezione di “fotografia collettiva” tale per cui «ogni contadino ed ogni operaio dovevano trasformarsi in corrispondenti e fotografi»⁹⁴. Percorrendo questa strada il popolo doveva emanciparsi.

Si richiedeva uno sviluppo della fotografia amatoriale, sostenuta dal monito, per ogni cittadino, di possedere un apparecchio fotografico alla stessa stregua di un orologio. A questo si accompagnò la ricostruzione economica, la nascita di circoli fotografici e la comparsa della stampa illustrata.

Nel 1928, consapevole del forte potenziale che poteva gestire, «l'Ufficio agitazione e propaganda del Comitato centrale del partito comunista decise la trasformazione del movimento amatoriale in movimento di corrispondenti fotografi. La fotografia sovietica entrò in una nuova fase di sviluppo: “Il dilettante sovietico non fotografa più per il cassetto o l'album di famiglia coi fregi dorati, e nemmeno per le esposizioni. Fotografa per i giornali”»⁹⁵. Era il periodo di attuazione di quel piano quinquennale che ben presto ci si rese conto di non poter realizzare a causa delle notevoli difficoltà. Ciò portò ad una revisione del *corpus* visivo a cui sarebbero stati sottoposti i cittadini sovietici. Da quel momento il nuovo modello sarebbe stato incarnato dall'operaio d'assalto, l'eroe del lavoro, disciplinato ed efficiente. Tutta l'iconografia successiva avrebbe elevato l'operaio a

93 Mi riferisco all'immagine dal titolo «Conifera», parte della sequenza fotografica «Foresta di Puschino», pubblicata nel 1928 sulla rivista *Novij Lef*

94 Lemagny Jean-Claude, Rouillé André (a cura di), 1988, op. cit., p. 129

95 Ivi, p. 130

tale condizione, un operaio impeccabile, mai domo né stanco, che si recava al lavoro a bordo di un tram semivuoto⁹⁶, ma che non corrispondeva alla reale situazione di milioni di operai costretti in fabbrica a condizioni disumane.

Il cittadino sovietico, da quel momento, si trovò inevitabilmente a relazionarsi con una rappresentazione fotografica “falsa” della propria società.

2.2 Italia fascista

Con l'avvento del regime fascista in Italia si dà avvio ad una stagione di controllo massiccio dell'informazione, che interesserà inevitabilmente anche l'informazione per immagini.

La stampa e la parola diventano armi attraverso le quali Mussolini tende a costruire e gestire un'immagine coordinata del Duce e del fascismo.

Il Duce persegue una strategia dell'informazione totalitaria, che comprende gli strumenti della radio e del cinema, grazie alla quale avviare e supportare programmi di propaganda per la formazione ed il consolidamento del consenso.

La fotografia italiana nel ventennio fascista è soprattutto una fotografia d'avanguardia in cui la faranno da padrone le tendenze artistiche del futurismo⁹⁷ e i fotomontaggi di Bruno Munari e Marcello Nizzoli.

Il ritratto dell'Italia fascista era riassunto nelle immagini di un Mussolini lavoratore, elevato a guida spirituale del popolo italiano, a capo di una riscoperta e affermazione dei valori di *Patria, Lavoro, Famiglia*. Si affermava un'iconografia forte nel “culto” del Duce, cinegiornali e documentari erano impregnati di mussolinismo e l'Istituto nazionale LUCE (abbreviazione di: L'unione cinematografica educativa), con la nascita dell'Istituto nazionale fotografico, cominciò ad occuparsi dell'inquadramento professionale dei fotografi.

96 Così apparivano gli operai protagonisti della serie fotografica “Un giorno nella vita della famiglia Filipov”. Una serie di 68 fotografie eseguite da A. Sekhet, M. Alpert e S. Tules, pubblicata anche sulla rivista comunista tedesca *Arbeiter Illustrierte Zeitung* nel 1931

97 Delle tipicità del caso italiano, del fascismo e del futurismo si è già parlato nel Primo capitolo al paragrafo 4.1 *Futurismo, fascismo, stampa illustrata*, p. 45

Durante il ventennio fascista non ci fu spazio per un fotogiornalismo libero, un fotogiornalismo “sincero”.

2.3 Germania: la Repubblica di Weimar

La società tedesca all'indomani della fine dell'impero guglielmino affrontò una serie di rivolgimenti sociali che turbarono le classi e crearono inquietudine. L'incertezza spinse scrittori, artisti e fotografi a adottare una pratica di rigetto del passato e incentrata sul presente.

Nel campo della fotografia, e non solo, prese piede la nozione determinante di “*Sachlichkeit*”, ovvero “obiettività”. Un'immagine limpida, nitida, dai soggetti ben delineati, che si contrapponeva ad un'idea artistica di fotografia.

La riscoperta della tecnica poteva anche voler significare il giusto percorso verso la soluzione dei problemi politico-economici del momento. «L'esattezza della riproduzione, la riscoperta della nitidezza caratterizzano innegabilmente lo stile dei “nuovi fotografi” degli anni Venti»⁹⁸.

Uno dei massimi interpreti di tale concezione fotografica fu senza dubbio August Sander, fotografo di Colonia che portò avanti l'ambizioso progetto di fare un ritratto della nazione tedesca. L'idea di Sander era quella di rappresentare, classificare attraverso immagini “veritiere” e sincere tutti i caratteri peculiari del cittadino tedesco. Il suo lavoro, di pregevole carattere tecnico e notevole rilevanza fotografica, cercava di dare una rilevanza fondamentale alla fotografia pura, atteggiamento confermato nelle intenzioni di un lavoro orientato a rappresentare la sua concezione dell'uomo del Ventesimo secolo.

«La fotografia pura – dirà Sander cercando di spiegare il suo progetto – ci consente di creare ritratti che rendono i soggetti con assoluta verità, sia fisica sia psicologica. Sono partito da questo principio dopo essermi detto che possiamo creare ritratti di soggetti che siano veritieri, in tal modo creiamo anche uno specchio dell'epoca in cui questi soggetti vivono [...] Per essere in grado di dare un'idea rappresentativa dell'epoca attuale e del nostro popolo tedesco ho raggruppato queste immagini in più

98 Lemagny Jean-Claude, Rouillé André (a cura di), 1988, op. cit., p. 142

serie, cominciando con i contadini per finire con i rappresentanti dell'aristocrazia dello spirito. Questa evoluzione si inserisce in un altro album che si dispiega parallelamente e mostra l'evoluzione dell'habitat, dal villaggio al grande agglomerato urbano moderno. Registrando, per mezzo della fotografia assoluta, tanto i diversi ceti sociali quanto i loro rispettivi ambienti, spero di rendere fedelmente la psicologia del nostro tempo e del nostro popolo»⁹⁹.

La Germania weimariana si caratterizza anche per il poderoso sviluppo della stampa illustrata, sia “borghese” che “operaia”. I periodici tedeschi, che non avevano fotografi propri ma si accordavano volta per volta con alcuni professionisti, cominciarono a pubblicare interessanti *reportages* dalla Germania e dal mondo. La crescita di agenzie fotografiche quali «Dephot» fondata nel 1928, e il boom di alcune riviste illustrate (come la «Münchner Illustrierte Presse» e la «Berliner Illustrierte Zeitung») che arrivarono a tirare diverse centinaia di migliaia di copie, crearono i presupposti per l'incredibile sviluppo del fotogiornalismo tedesco. Una galoppata che sembrava inarrestabile ma che subì la brusca, fatale, frenata con la salita al potere di Adolf Hitler.

Capitolo degno di nota della Germania del periodo fu lo sviluppo di una stampa illustrata che faceva del fotomontaggio la propria caratteristica peculiare. Fra tutti si distingueva il mensile di orientamento comunista «AIZ-Arbeiter Illustrierte Zeitung». Nato come periodico illustrato operaio, l'AIZ ben presto cominciò a dare indicazioni sugli aspetti pratici della fotografia ai “fotografi operai”, rendendoli testimoni privilegiati dei fatti ai quali assistevano. Ancora una volta (come accadeva in Unione Sovietica) siamo alle prese con una forma di documentazione e denuncia fotografica “dal basso”, per opera di fotografi non professionisti. «Il fotografo operaio deve diventare reporter. Quando nel suo luogo di lavoro c'è un avvenimento che interessa l'insieme dei lavoratori, deve fare ricerche e, in cinque o sei immagini, costruirne un reportage»¹⁰⁰.

99 Ivi, pp. 142-143

100 Ivi, p. 148

2.4 Germania: il Terzo Reich

La fotografia svolge oggi un'alta missione cui ogni tedesco ha il dovere di collaborare acquistando un apparecchio fotografico.

Il popolo tedesco supera tutti gli altri nel campo della tecnica [...] Ci sono quindi tutte le condizioni perché l'arte, la tecnica e l'industria fotografiche siano chiamate a unirsi in una grande impresa nazionale: la costituzione di un fronte del lavoro espresso dal vasto territorio della fotografia il cui valore, come bene di consumo popolare, è immenso e il cui ruolo politico è particolarmente importante.

Joseph Goebbels, 1933

Ottenuto – democraticamente – il potere, Hitler cominciò a delineare le strategie che avrebbero segnato la fine di quell'era democratica.

La fotografia divenne ben presto un ambito nel quale si avvertì la necessità di intervenire. Un'operazione certamente non facile – considerando la vasta e diffusa produzione di immagini – al contrario di ciò che poteva avvenire con cinema e radio.

L'organo deputato al controllo della fotografia, e dell'intero comparto mediatico, era il ministero della Propaganda, con a capo Joseph Goebbels, che creò nel dipartimento «Concezione positiva del mondo», una sezione dedicata. «La sua attività doveva concentrarsi su due punti essenziali: l'informazione per mezzo dell'immagine, che doveva assicurare l'informazione politica, e la fotografia amatoriale, che rappresentava uno strumento propagandistico fondamentale. Nel 1933 la fotografia diviene parte integrante dell'informazione»¹⁰¹.

Il ministro della Propaganda considera, da subito, di vitale importanza l'inquadramento della fotografia, soprattutto amatoriale. Ciò avveniva per due ragioni, che erano state messe in risalto dai primi studi sulla comunicazione di massa compiuti negli anni Venti negli Stati Uniti: l'efficacia della diffusione e le grandi possibilità di controllo dell'informazione.

101 Ivi, p. 150

I più validi fotografi, di origine ebrea, lasciarono la Germania fra il 1933 e il 1938, altri della nuova generazione raggiunsero una certa notorietà, altri ancora come Alfred Eisenstedt e Felix H. Man, tornarono in Germania solo per brevi soggiorni lavorativi. Molti emigrarono all'estero, o lasciarono la professione, alcuni (come Erich Salomon) furono catturati dai nazisti e assassinati nei campi di concentramento.

La produzione fotografica del Terzo Reich veniva così riservata ad alcuni, circa una dozzina, fotografi ufficiali, fra i quali spiccava il grande fotografo Paul Wolff che, sostenuto dal regime, si fece promotore per i fotoreporter dell'utilizzo di apparecchi dal piccolo formato. La fotografia professionale iniziò a privilegiare il reportage per fini di propaganda politica. Il ruolo di tali servizi era duplice: «il resoconto per immagini sugli avvenimenti nazionali faceva da supporto all'informazione scritta, e le fotografie facevano da modello per i cittadini che erano anche fotografi dilettanti»¹⁰².

Il ministero della Propaganda organizzava e regolamentava rigidamente l'informazione per immagini durante delle conferenze stampa che si svolgevano a Berlino, sede di tutte le più grandi agenzie.

L'attività di redazione e i giornalisti incaricati della scelta delle fotografie destinate alla pubblicazione erano certamente le figure più controllate dal ministero. Non solo, tutte le fotografie di Hitler e di Goebbels dovevano essere sottoposte agli stessi prima di essere pubblicate.

La fotografia professionale ed anche quella amatoriale erano ormai decisamente asservite alla propaganda nazista. L'informazione mediante l'immagine era organizzata in maniera tale da sembrare quella di un paese in guerra, anche quando la Germania era ancora in tempo di pace. La scelta delle fotografie, l'idealizzazione dell'attualità, la censura e l'autocensura degli organi di stampa, erano tutti indici di un servizio di propaganda capillare.

Dal 1936 non vi era più spazio per una fotografia che non fosse interamente nazista.

102 Ivi, p. 156

2.5 Stati Uniti: la società americana

Nel periodo fra le due guerre, la fotografia statunitense attraversa un momento di straordinaria vitalità. Si assiste all'avvio di alcune decisive tendenze, quali l'approccio diretto al soggetto (Stieglitz e Strand), i linguaggi visuali innovatori (Steichen), il fiorire del fotogiornalismo (Weege, Bourke-White), il rinnovamento dello stile documentario (Evans, Lange, la FSA).

Gli anni Venti e Trenta consacrarono l'affermazione di due settori fotografici di particolare importanza: la pubblicità e il documento sociale.

La società statunitense si confrontò con desideri nuovi, spesso non supportati dal reale bisogno. La fotografia pubblicitaria contribuì a creare questa nuova etica del consumo.

D'altra parte la grave crisi del 1929 ridimensionò i desideri degli Americani e la fotografia documentaria li rese partecipi delle situazioni difficili che attanagliavano sia i quartieri poveri delle città che le campagne.

3. Immagini autentiche o “confezionate” per il pubblico?

Analizzare nello specifico le caratteristiche del rapporto fra lo Stato e la fotografia, soprattutto nel suo periodo d'oro (la fase fra le due guerre), e le differenze che intercorrono fra i casi presi in considerazione, ci risulta utile per comprendere le dinamiche, secondo le quali il “governo delle persone” ha l'interesse – e lo persegue – di controllare la produzione fotografica della nazione. Abbiamo notato come in contesti liberali, la fotografia, intesa soprattutto come racconto per immagini, abbia potuto manifestare le proprie potenzialità espressive. Laddove, invece, sistemi autoritari e dittatoriali hanno imbavagliato l'informazione piegandola a favore del governo centrale e rendendola di fatto strumento di propaganda politica. Emblematico il caso della Germania, Paese nel quale la fotografia, nel passaggio dalla Repubblica di Weimar al Terzo Reich, subisce una regressione tale da cancellare anni di primato a livello europeo nella ricerca stilistica e nella pubblicazione di riviste dedicate al fotogiornalismo.

Dicevamo, immagini autentiche o “confezionate” per il pubblico? Ogni fotografia, fra quelle che restano impresse nell'immaginario collettivo, porta con sé una storia condizionata dal contesto politico e sociale entro il quale viene scattata. La forza espressiva di una fotografia la porta ad essere uno strumento di persuasione forte e come tale viene sfruttato nei confronti dell'osservatore. Non è necessaria, però, l'esistenza di un sistema autoritario che controlli l'intero comparto dell'informazione per poter avere immagini “truccate”, fotografie che grazie ad alcuni accorgimenti riescono a trasmettere un dato messaggio – a volte falso – oppure enfatizzano un contenuto già forte.

Entrano in gioco dinamiche che parlano di rispetto nei confronti dei lettori, che guardano le fotografie sulla base di un patto di fiducia con il professionista che le ha scattate. Di rispetto nei confronti dei soggetti ripresi, spesso fotografati in situazioni di estremo dolore e completa impotenza. Di rispetto verso la storia, sempre più spesso alle prese con un approccio revisionista, che dubita delle fonti – e le fotografie sono fra queste – sulle quali fino a questo momento si è basata.

E allora cominciamo a pensare, è vera l'immagine del miliziano morente di Capa, è vera la fotografia dell'alza bandiera di Iwo Jima, o lo sventolamento della bandiera rossa dall'alto del tetto del Reichstag, è vera la fotografia della bambina in fuga dal Napalm in Vietnam? Potremmo proseguire l'elenco, soffermiamoci sull'ultimo esempio.

3.1 Il Vietnam e il caso della bimba Kim Phuc

La guerra del Vietnam resta alla storia come uno degli ultimi conflitti fotograficamente più documentati. Si dirà che in quel periodo i reporter della rivista americana «Life» abbiano portato la gente sui luoghi della guerra, sebbene si combattesse a migliaia di chilometri di distanza. Una copertura fotografica così capillare non si sarebbe più vista successivamente, sostituita dall'enfasi più immediata dell'immagine televisiva. Già il conflitto in Indocina vedeva convivere negli stessi luoghi d'azione reporter fotografici ed operatori televisivi. Ma quanto può essere d'impatto un flusso di immagini televisive rispetto all'istante catturato in una fotografia? Il flusso video coinvolge, ma allo stesso tempo anestetizza l'osservatore, l'immagine fotografica, invece, lo colpisce scalfendosi nella sua mente.

Rappresentativa di questo sentimento è la fotografia scattata nel 1972 dal fotografo sudvietnamita dell'*Associated Press*, Nick Ut (Huynh Cong). Una fotografia di eccezionale forza espressiva che gli avrebbe consegnato il riconoscimento del *World Press Photo* e del Premio *Pulitzer* l'anno successivo. Si tratta di un gruppo di bambini terrorizzati, in fuga da un bombardamento al napalm, ripresi sullo sfondo di un gruppo di soldati e del fumo delle bombe. «Tra loro una ragazzina nuda (circostanza che suscitò perplessità sulla pubblicabilità della foto, poi fugate dalla sua rilevanza), ustionata, riconosciuta come Kim Phuc»¹⁰³. Gli indumenti della bambina erano rimasti bruciati, insieme alla sua pelle, dalle bombe al napalm. Il ragazzo in primo piano, Tom, è il fratello più grande di Kim Phuc, è sopravvissuto all'attacco ma ha perso un occhio. Il fotografo Nick Ut, che all'epoca aveva ventuno anni, dopo aver scattato quella fotografia rimasta alla storia, versò acqua sulla piccola, prese lei ed altri bambini e li portò in un ospedale vicino Saigon¹⁰⁴.

La piccola Kim Phuc, trascorse quattordici mesi in ospedale e subì diciassette operazioni per guarire dalle gravi e devastanti ustioni sulla sua pelle.

Questa immagine-icona della guerra in Vietnam è al centro di una serie di questioni connesse fra loro: dal dibattito sulla pubblicabilità della foto sui media americani alla sua configurazione in simbolo del pacifismo, dai dubbi dell'allora presidente americano Richard Nixon sulla sua autenticità alla vicenda della piccola Kim Phuc, trasformata in un simbolo della resistenza.

Dal punto di vista intrapreso nel nostro lavoro il caso risulta piuttosto interessante anche per ulteriori aspetti fin qui non considerati.

La foto che tutti conoscono, lo scatto che ha vinto il Premio *Pulitzer*, l'immagine scolpita nella mente di molti, in realtà non è quanto prodotto dalla Leica¹⁰⁵ del fotografo vietnamita al momento del *click*, bensì consiste nella riduzione di un'inquadratura più

103 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 105

104 Tratto da dichiarazioni rilasciate da Nick Ut una volta trasferitosi negli Stati Uniti ed avallate da Kim Phuc, che ora vive in Canada, ha studiato medicina, è moglie e madre ed è diventata ambasciatrice dell'Unesco. L'aiuto prestato da Nick Ut ai bambini feriti dal Napalm è documentato anche in alcune riprese dell'epoca, ne ho trovata una sul portale di condivisione video YouTube all'indirizzo: <http://www.youtube.com/watch?v=Ev2dEqrN4i0> [www.youtube.com] e [www.itnsource.com] (consultato il 4 febbraio 2009)

105 Nick Ut scatta questa foto con una macchina fotografica *Leica M2*, obiettivo *Leica Summicron 35mm F/2*, pellicola *Kodak 400 ASA B&W*. Faas Horst and Fulton Marianne, *How the Picture Reached the World*, in [www.digitaljournalist.org] (consultato il 4 febbraio 2009)

ampia, dalla quale vengono tagliati fuori alcuni militari ed un fotografo che prepara la propria macchina (vedi immagine allegata). Viene realizzato quello che tecnicamente si conviene chiamare *crop* per poter concentrare l'attenzione sulla solitudine dei bambini in fuga dalla città in fiamme e l'esclusività dell'occhio del fotografo presente in quel momento che, altrimenti, sarebbe stata minacciata dalla presenza di altri testimoni.

Menduni parla della partecipazione di «un apparato mediatico che, da varie angolature e con vari livelli di capacità, cerca di trarre il massimo dal prezioso oggetto della ripresa, possibile teca di contenuti simbolici»¹⁰⁶.



Nella serie di fotografie scattate in quell'occasione da Nick Ut, se ne ritrova un'altra, successiva a quella ben più famosa, che riprende i bambini che corrono per la strada. La scena però si presenta diversamente. In questo caso il gruppo, pur percorrendo la stessa strada, si è allontanato dal villaggio incendiato, i protagonisti sono sempre il bambino vestito e la bambina nuda in fuga, con «un terzo soggetto che si volta indietro per guardare il villaggio in fiamme, e incarna il dolore della separazione». Perché prendiamo in considerazione anche l'analisi di questa foto?

La differenza più rilevante con l'immagine precedente è la presenza, in questo secondo

106 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 105

fotogramma, di ben sei tra fotografi e telecineoperatori. Ragion per cui si è deciso di scartare la foto, disturbata com'era dall'intero apparato mediatico che cercava di riprendere esclusivamente i bambini, anziché soccorrerli.

«Forse Ut, sicuramente più pronto nelle sue intenzioni, deve contrattare l'esclusione degli altri dal suo campo di ripresa, cedendo poi il set ai colleghi per effettuare le più laboriose riprese televisive, con qualche fotografo aggregato. I suoi colleghi sembrano tutti preferire la visione posteriore o laterale dei bambini; forse la nudità della bambina ha fatto scattare un'autocensura, ancor più forte in tv che nelle immagini fisse»¹⁰⁷.

4. Sull'etica dell'immagine, domande certe e risposte insicure

Quanto detto finora ci ha consentito certamente di individuare diversi spunti interessanti per quanto riguarda l'etica dell'immagine ed il ruolo del fotogiornalista. Tali aspetti si potrebbero riassumere ponendosi alcune domande, quali ad esempio: sono tutte autentiche le fotografie che abbiamo visto? È più importante documentare o prestare il proprio aiuto? È giusto pubblicare determinate immagini? È etico enfatizzare la scena ed il contesto della ripresa in post-produzione? Se succede, perché viene fatto? Si tratta di scelte esclusive del fotografo? Per cercare di dare una risposta, sebbene per il momento sintetica e provvisoria, a questi quesiti, ritengo opportuno tornare sulle immagini che abbiamo riportato per un'analisi più approfondita.

Partiamo dal tema dell'autenticità dello scatto. Sebbene la foto della bambina vietnamita sia stata certificata dal soggetto rappresentato, nulla vieta di fare un paio di considerazioni. Il confronto fra le due immagini scattate nella stessa occasione, fa balzare all'occhio dell'osservatore delle incongruenze che lasciano pensare ad una messa in scena della fuga dei bambini, ripresi da diverse angolazioni e in momenti successivi da un cospicuo gruppo di fotografi ed operatori televisivi, con un reparto di soldati nel ruolo di comparse. «Anche in questo caso, per citare Susan Sontag che pure considera autentica la

107 Ivi, p. 106

foto, nella messa in scena e nella cattura dell'immagine c'è una violazione del soggetto»¹⁰⁸.

Passando alla seconda domanda, ovvero se è più importante documentare o prestare il proprio aiuto, si innescano inevitabilmente una serie di considerazioni, anche extra-fotografiche. Nessuno può negare che la vita di un essere umano abbia in sé valore assoluto e quindi sia da mettere indubbiamente davanti ad ogni altra scelta. Allo stesso modo, però, credo di poter affermare che nell'attimo in cui l'operatore, *cinicamente*, riesce a cogliere il barthesiano *punctum* della scena alla quale assiste, quel momento può essere diffuso nello spazio e nel tempo, contribuendo a destare le coscienze di chi osserva e, altrimenti, non avrebbe mai riflettuto.

Leggendo Susan Sontag, viene confermata l'idea secondo la quale chi documenta non può prestare il proprio aiuto materiale, «fotografare è essenzialmente un atto di non intervento. L'orrore di certi “colpi” memorabili del fotogiornalismo contemporaneo, come le immagini del bonzo vietnamita che tende la mano verso la lattina di benzina o del guerrigliero bengalese che sta baionettando un collaborazionista legato, deriva in parte dalla plausibilità che ha assunto, nelle situazioni in cui il fotografo può scegliere tra una fotografia e una vita, la scelta della fotografia. Chi interviene non può registrare, chi registra non può intervenire»¹⁰⁹. Probabilmente molti fotografi in determinate situazioni hanno scelto di non documentare attraverso l'obiettivo la scena che avevano davanti agli occhi, scegliendo la vita fra le due alternative che pone la Sontag. Altri invece, come sembra aver fatto Nick Ut con la bambina vietnamita, hanno avuto la prontezza e la fortuna di poter essere “utili” due volte, nel presente dell'accaduto e nel suo futuro, consentendo di conservarne la memoria.

Alf Khumalo¹¹⁰, fotografo sudafricano, cronista di colore per il «Johannesburg Sunday Times», racconta, in una corrispondenza pubblicata dal londinese «The Observer» il 20 giugno 1976, la sua esperienza a contatto con la dura e triste realtà degli episodi che devastavano il Paese. Dalle sue parole si avverte l'impotenza di fronte ai fatti e l'istinto a

108 *Ibidem*

109 Sontag Susan, 2004, *Sulla fotografia – Realtà e immagine nella nostra società*, cit., p. 11

110 Alfred Khumalo, meglio conosciuto come Alf Khumalo, è un fotografo sudafricano nato nel 1930 nei pressi di Johannesburg

svolgere il proprio lavoro di reporter, Khumalo scrive: «... Improvvisamente un ragazzino cadde a terra accanto a me. Mi resi allora conto che la polizia non stava sparando in aria. Sparava sulla folla. Caddero altri bambini... Incominciai a fotografare il ragazzino che stava morendo vicino a me. Gli sgorgava sangue dalla bocca e alcuni bambini gli si inginocchiarono accanto cercando di fermare il flusso di sangue. Poi si misero a gridare che volevano uccidermi... Li pregai di lasciarmi stare. Dissi che ero un cronista e che ero lì per registrare quanto stava accadendo. Una ragazza mi colpì alla testa con un sasso. Rimasi stordito ma ero ancora in piedi. Poi divennero più ragionevoli e qualcuno mi condusse via. In tutto questo tempo volteggiavano elicotteri sopra le nostre teste e si sentiva sparare. Era come un sogno. Un sogno che non dimenticherò mai». Alf Khumalo, faceva bene in quel momento a fotografare anziché aiutare quei bambini che cercavano di soccorrere a vicenda? Lasciamo al lettore la valutazione.

Rispondiamo, brevemente, alle altre domande che ci siamo posti all'inizio di questo paragrafo, avremo modo successivamente di approfondire le varie questioni poste in essere. Affrontiamo il tema della pubblicazione delle immagini. Una volta che le fotografie sono giunte in agenzia, spesso il reporter non ha più la possibilità di intervenire sugli scatti. Ogni intervento di post-produzione viene effettuato in questa fase e quindi il fotografo solitamente non conosce, fino al momento della pubblicazione, come verranno presentate le sue immagini¹¹¹.

Il fotografo, nell'era dell'analogico, scatta immagini a ripetizione, e con questo cerca di cogliere «gli istanti di maggiore rilevanza fattuale e significato metaforico, ma senza poter vedere ciò che ha catturato (prerogativa riservata alla foto digitale) e quindi senza poter programmare ulteriori scatti per migliorare l'inquadratura o i dettagli. I rullini vengono fatti arrivare all'agenzia, che ne è di fatto la proprietaria e comunque (al di là delle clausole contrattuali e la ripartizione dei diritti, che sono variabili) ne dispone decidendo la scelta tra i vari negativi, la titolazione, la diffusione; ma anche le caratteristiche delle emulsioni usate per lo sviluppo e forse, in questo caso,– ci si riferisce all'immagine della

111 Tutto ciò avviene soprattutto per il classico reporter che lavora nell'era dell'analogico. Con l'avvento della tecnologia digitale l'intervento di manipolazione dell'immagine diventa più accessibile a tutti. Questo può portare i fotografi ad intervenire autonomamente sulle immagini, per enfatizzare una scena o talvolta modificarne l'aspetto, prima di consegnarle in agenzia.

bambina vietnamita – di una certa accentuazione della cortina di fumo che fa da opaco sfondo alla scena»¹¹² o di altri elementi tramite operazioni di *scherma e brucia*¹¹³ in camera oscura.

Al fotografo è dunque precluso un livello di significazione, in quanto sono saldamente nelle mani dell'agenzia sia la selezione dei negativi che il taglio delle inquadrature, così come un giornalista non dispone del titolo del suo pezzo. Il caso della foto *Napalm girl* di Nick Ut non fa eccezione, e infatti la gestione delle immagini catturate dal giovane fotografo fu tutta dell'agenzia.

Dal secondo dopoguerra in poi, quasi sempre, il fotografo non è solo sui luoghi della guerra, più spesso «è aggregato di fatto se non di diritto (*embedded*) ai reparti militari. Nel Vietnam, teoricamente, i fotografi e cameraman avevano una certa libertà di azione, che fu molto criticata successivamente ritenendo che fosse una delle cause della crudeltà delle foto e dei loro presunti effetti sull'opinione pubblica americana; una lezione che insegnò ai militari in conflitti successivi a controllare molto di più i giornalisti»¹¹⁴.

Nel contesto in cui viene scattata *Napalm girl*, ci si trova ad un anno e mezzo dalla fine della guerra, in una situazione di rischio molto elevato. I fatti si svolgono a cinquanta chilometri dalla capitale Saigon, il che spiegherebbe la numerosa presenza di fotografi e cameraman, i quali sono accompagnati dai soldati a comprova dell'alto pericolo presente nel teatro dei combattimenti.

Menduni sottolinea come Nick Ut, presente insieme ad altri operatori dell'immagine, sia il primo ad intuire che la foto migliore è quella che vede i bambini di fronte, non di spalle come sembrano preferire tutti gli altri.

Considerando una serie di ipotesi, scaturite da un'analisi più approfondita delle due foto scattate dal fotografo vietnamita, sembra potersi avvalorare l'idea che i bambini siano stati "invitati" a correre fra soldati ed operatori. Ritengo utile prendere in considerazione, e riportare, alcuni estratti dell'analisi di Menduni nell'articolo *Kim Phuc. Storia di una foto del Vietnam* per riflettere sulle dinamiche che avrebbero condizionato la composizione di

112 Menduni Enrico, 2009, *Kim Phuc. Storia di una foto del Vietnam*, [www.mediastudies.it]

113 La modalità *scherma* consiste in una ri-esposizione della pellicola, causandone una sovraesposizione. *Brucia*, al contrario sottoespone, scurisce.

114 Menduni Enrico, 2009, cit.

questo scatto. Nella prima foto non si vedono numerosi operatori, è plausibile che Nick Ut si ponga rapidamente davanti al gruppo, mentre l'altro collega (presente nella versione originale dello scatto) sta preparando la sua macchina e pensa, probabilmente, ad una foto di profilo dei bambini sullo sfondo della campagna. «Forse i cameraman, con i loro apparati più pesanti, non sono ancora arrivati o scesi dal mezzo che necessariamente trasporta una troupe (una jeep, un camion militare, un furgone) che potrebbe trovarsi dietro le spalle di Ut, lungo la strada, nel posto più ovvio per chi giunge da fuori a vedere il teatro dei combattimenti e il villaggio devastato».

La prontezza di Ut, poi, gli ha consentito di tagliar fuori dall'inquadratura, in fase di scatto, altri colleghi probabilmente già giunti sulla scena.

Nella foto successiva (il parametro di riferimento è il cartello bianco sulla destra che si vede essere leggermente più distante) Ut lascia spazio ai colleghi, operatori video con alcuni fotografi aggregati, che giunti nel frattempo effettuano le riprese della scena dal lato della strada. «Viene da chiedersi perché: se la nostra ricostruzione è plausibile, loro sono giunti dal davanti dei bambini, con il villaggio in fondo, la prima immagine vede i bambini davanti. Forse quando arrivano c'è Ut in mezzo che li fotografa e la sua presenza sciuperebbe l'inquadratura ammorbidendola [...]; occorre attendere». Probabilmente il corpo nudo della bambina crea un meccanismo di autocensura e quindi è preferibile cercare un'inquadratura che sia soggetta a minori problemi.

«Ut, prima di uscire dall'inquadratura, non rinuncia a scattare una foto a suoi colleghi, non precludendosi un altro filone di ricerca, quello dell'invadenza dei media rispetto al dolore». La ricostruzione fatta si basa su ipotesi che non tengono conto dell'intervento di fattori esterni, i quali avrebbero potuto modificare le condizioni di ripresa ed eventuali accordi fra gli operatori o con i militari: «ad esempio un riaccendersi dei combattimenti, la necessità di sgombrare interrompendo le riprese, un divieto dei militari per vari motivi, compresa la sensibilità di qualche ufficiale o graduato timoroso di scandali per la presenza dei bambini terrorizzati in scena».

Il video della Britannica *ITN*, dal titolo "Vietnam Napalm", che possiamo trovare sul portale *YouTube*, documenta prima l'attacco aereo al napalm, per opera dell'aviazione sudvietnamita, poi le circostanze dell'arrivo della piccola bambina nuda in una vera folla di

giornalisti, cineoperatori e fotografi – tutti uomini – infine le prime sommarie cure a base di acqua, somministrate da un militare ed un fotografo (si intravede l'obiettivo della macchina fotografica), presumibilmente Nick Ut.

Questi ulteriori documenti confermerebbero che i bambini furono “fatti correre” in mezzo a schiere di operatori dei media, che li seguivano con gli obiettivi, senza intervenire. Le varie testimonianze sull'evento, rilasciate negli anni successivi da Ut, si sono più volte soffermate sul fatto che, dopo la realizzazione delle foto, si è adoperato a portare i bambini in ospedale per farli curare, un'azione che sicuramente rende onore al giovane fotografo ma che allo stesso tempo può essere indicativa della «volontà di allontanare da sé ogni ombra di sciacallaggio sul dolore altrui». Possiamo ormai affermare l'autenticità delle immagini, dovute alla testimonianza della vittima – che reca su di sé le cicatrici dei fatti – e del fratello (che ora gestisce un bar nei luoghi dell'evento), oltre a quella del fotografo. Fra il soggetto e l'operatore si è instaurata una relazione amichevole, perseguita negli anni, e che risulta del tutto inconsueta nella storia della fotografia¹¹⁵.

«La percezione diffusa del carattere istantaneo e immediato (non mediato) di questa immagine non corrisponde alle effettive circostanze e modalità della cattura e quindi alla sua sostanza. L'urgenza della corsa è rallentata e spezzata dalle esigenze della troupe». Secondo Susan Sontag la foto di cui abbiamo parlato non è il risultato di una messa in scena. La scrittrice elenca tre motivazioni, ma nessuna di questa sembra essere pienamente convincente. I tre motivi consisterebbero nell'autorevolezza morale delle immagini; nelle circostanze di fatto della fuga dei bambini ustionati dal napalm, scena che non si sarebbe prestata ad una finta rappresentazione; nella concorrenza della televisione. Il fotoreporter non è più un eroe solitario, lontano da sguardi altrui, e le *troupe* televisive onnipresenti ricoprirebbero il ruolo di *watchdog*, un cane da guardia per sorvegliare la correttezza di tutti¹¹⁶.

115 Un altro caso, infatti, ebbe esito opposto. Parliamo della più celebre foto di Dorothea Lange, “Migrant Mother”, che documenta il dolore di una donna, madre, di trentadue anni, successivamente riconosciuta in Florence Owens Thompson. La donna, intervistata alla fine degli anni Settanta, dichiarò: «I wish she [Dorothea Lange] hadn't taken my picture. I can't get a penny out of it. She didn't ask my name. She said she wouldn't sell the pictures. She said she'd send me a copy. She never did». Dunn Geoffrey, 2002, *Photographic License*, New Times, San Luis Obispo (consultato il 5 febbraio 2009)

116 Sontag Susan, 2003, *Regarding the Pain of Others*, trad. it., 2003, Davanti al dolore degli altri, Milano, Mondadori, pp. 49-50

Queste considerazioni non tengono però conto delle «particolari contrattazioni che avvengono in un gruppo di fotografi o cineoperatori che insieme coprono, in forma competitiva, un evento e che sono evidenti già in un film come *La dolce vita* di Federico Fellini (1960)».

Lo scopo è quello di garantire che ciascun operatore possa riprendere l'evento senza avere nel campo visuale gli obiettivi degli altri colleghi.

A maggior ragione, tali dinamiche, in un contesto di guerra, sono molto più delicate perché devono tener conto anche dei pericoli e degli imprevisti che possono sorgere.

Fatto sta che la presenza di più operatori in un contesto di rilevanza mediatica, non basterebbe per garantire l'autenticità delle scene riprese.

Non è quindi escluso che questo famoso scatto, certificato più volte dalla sua protagonista e dal fotografo, sia il frutto di una *mise-en-scène*. Il tema dell'autenticità e quello della messa in scena sono fortemente intrecciati e rimandano alla possibilità stessa del rappresentare per via fotografica. Sembra quasi che una messa in scena sia inevitabile e allo stesso modo sia un dovere del fotografo negarla, compito più facile se vi è anche la presenza dei colleghi, che risultano complici.

«La cultura dello scatto rapidissimo, magari frutto di una lunga imboscata, che riesce a cogliere l'attimo fuggente e irripetibile, in una drammatica scena di guerra o nelle vesti di Marilyn scomposte dal vento di una presa d'aria, appare più pertinente ad un'ideologia fotografica che alla realtà effettuale. Una ideologia, sia detto in parentesi, che il cinema non ha mai avuto, neanche in quanto documentario, e neanche ha avuto la “cugina” televisione; perché sin dall'inizio contraddistinti da una pesantezza degli apparati di cattura delle immagini, dalla necessità di una troupe affollata e non di un professionista solitario, dalla coscienza del montaggio».

Sia il cinema che la televisione si sono sempre tenuti distanti dalla cultura dello scatto autentico e immediato, caratteristica che invece si è diffusa in modo capillare nel fotogiornalismo e in altri ambiti fotografici.

Lo scenario cambia nuovamente con l'avvento del digitale e spesso torna alla ribalta la figura del *freelance*, solitario, non più circondato da una troupe numerosa.

Gli “strumenti del mestiere” diventano sempre più piccoli, leggeri, funzionali e consentono

di verificare immediatamente le immagini catturate, mettendo l'operatore nelle condizioni di re-inquadrare la scena, migliorandone la resa fotografica, intervenendo soprattutto su composizione ed esposizione.

«Fino ad una complessiva rimediazione dei rapporti tra cinema e televisione, tra immagine fissa e in movimento, tra documento e finzione»¹¹⁷.

5. Quando a vincere è il dolore dei bambini

La vicenda della piccola Kim Phuc scosse l'America dell'epoca dando avvio ad una decisa mobilitazione dell'opinione pubblica in opposizione a quel conflitto che si era ormai trasformato in una trappola mortale sia per molti civili locali che per i numerosi giovani soldati inviati a combattere. Non fu, però, l'unica occasione in cui il dolore – talvolta la morte – dei bambini era stato “scelto” quale soggetto privilegiato del fotogiornalismo. Da quel momento, infatti, si assistette ad una escalation di episodi, documentati dalle fotografie, che vedevano coinvolti dei bambini. E il dolore “cominciò ad essere premiato”.

Cosa vogliamo dire? Semplicemente che spesso le foto giornalistiche che ottengono riconoscimenti, anche internazionali, ritraggono situazioni in cui i bambini, loro malgrado, sono protagonisti. La tendenza probabilmente è cominciata proprio con la famosa foto della bambina vietnamita di cui abbiamo già ampiamente parlato.

La riflessione viene dopo aver trovato su internet, nella versione *online* della rivista di fotografia *Photo District News* (PDN)¹¹⁸, un articolo il cui autore domandava ai lettori di indovinare quale sarebbe stata la foto vincitrice dell'edizione del 2007 del World Press Photo¹¹⁹. Questo prestigioso riconoscimento di fotogiornalismo premia, dal 1955, la migliore fotografia e i migliori reportage (suddivisi per categoria) dell'anno. Le foto

117 Menduni Enrico, 2009, cit.

118 [www.pdnonline.com]

119 La World Press Photo Foundation è un'organizzazione indipendente e senza scopo di lucro nata nel 1955 con l'intento di promuovere il libero scambio di informazioni e la condivisione di conoscenze tra gli esperti del settore fotogiornalistico. Ha sede ad Amsterdam e organizza annualmente l'evento che decreterà la *World Press Photo of the year*, supportando e promuovendo il fotogiornalismo a livello professionale e internazionale anche tramite una serie di progetti educativi.

vincitrici vengono raccolte in un album, esposte in tutto il mondo e ricevono una notevole visibilità mediatica.

Secondo la rivista *PDNonline*, nella scelta dei migliori scatti da parte della giuria, vi sono dei temi ricorrenti. Spesso accade che venga selezionato un lavoro che mostra un singolo individuo e lo elevi a simbolo di una situazione di crisi o disastro. Una sintesi ottimale per raccontare in un'immagine quello che solitamente si configura essere l'evento o, più spesso, la guerra dell'anno.

Guardando le foto premiate nelle cinquanta edizioni¹²⁰, a partire dalla prima del 1955, possiamo classificare i soggetti ripresi per formulare una lista di temi ricorrenti. L'analisi conferma la nostra ipotesi iniziale:

- Bambino (in preoccupazione, in pericolo o morto): 11 premi
- Madre con bambino: 7 premi
- Madre in attesa: 6 premi
- Padre con bambino: 2 premi
- Uomo avvolto dalle fiamme: 2 premi

Andrea Cioffi, sul suo blog, fa un'attenta analisi delle foto vincitrici del World Press Photo. Come già accennato, i bambini rappresentano i grandi protagonisti di questo riconoscimento.

Dopo un'attenta osservazione delle foto premiate, individuamo con quale frequenza siano presenti immagini di bambini. Possiamo addirittura tracciare un andamento di questo trend, che vede nello scatto vietnamita del 1972 il punto di svolta.

La tendenza di riconoscere il premio più ambito a foto che mostrano lo straziante dolore che coinvolge dei bambini, si annuncia con le immagini del 1956, del 1964 e del 1965, ma qui i bambini «sono ancora semplici spettatori di un drammatico evento che per ora aleggia nell'aria».

Con la famosissima fotografia di Ut si assiste, invece, ad una decisiva enfasi dell'immagine

120 Fino all'edizione del 2008. Negli anni 1959, 1961 e 1970, il concorso non è stato svolto.

che scuote l'animo dello spettatore. «Il bambino in primo piano emette un urlo che viene amplificato dalla bambina al centro, vero soggetto della foto. Quest'ultima è in una situazione di totale disperazione e impotenza»¹²¹.

La bambina nuda corre verso l'occhio dell'osservatore e il suo nome è riportato nella didascalia dell'immagine. Segno, a mio avviso, di una significativa privazione della dignità. Dall'edizione del 1972 in poi sembra che nessuno si faccia più scrupoli a mostrare la sofferenza, e la morte, dei bambini i quali purtroppo ricoprono definitivamente un ruolo di primo piano in un andamento che raggiunge il suo apice negli anni Ottanta e che torna alla ribalta nel 2000.

6. La necessità di codici di comportamento condivisi e rispettati

L'emergere delle questioni descritte nei paragrafi precedenti porta i professionisti dell'informazione a stabilire una serie di norme e regole di comportamento comuni.

Il settore dell'informazione è uno degli ambiti professionali per i quali più spesso si sente parlare della necessità di un'etica o, con un termine sostanzialmente sinonimo, di una deontologia¹²², alla quale chi esercita questa professione dovrebbe attenersi.

In una società democratica, l'informazione – e anche l'informazione fotografica – rappresenta un bene primario, a patto però che sia vera e si interessi dei temi rilevanti della vita economica, politica e sociale. «L'informazione falsa, la de-formazione è la negazione stessa dell'informazione. Non è come una merce scadente, un'automobile che

121 Cioffi Andrea, 2007, *Vietnam, 8 Giugno 1972 (Nick Ut)*, Violenza, orrore e archetipi in fotografia, in [andreacioffi.wordpress.com] (consultato il 2 febbraio 2009)

122 Deontologia è un termine che viene dal greco *tò déon* (il dovere) e quindi dovrebbe avere un significato generale e diventare quasi un sinonimo dei termini "etica" o "morale" [...] Oggi viene usato per lo più per indicare quei particolari settori della morale che si occupano di un campo concreto di attività: il termine deontologia è quindi usato – a volte anche senza bisogno del termine "professionale" – per indicare la "morale professionale" o "etica professionale". Nel termine deontologia si è anche affermato negli ultimi anni un richiamo implicito a una codificazione di norme, per lo più costituite da quei codici professionali di autoregolamentazione, che nella maggioranza dei casi non prevedono forti sanzioni per chi eventualmente li trasgredisce. In sintesi, quindi: deontologia, che in sé è semplicemente "la scienza del dovere", è venuto a significare "settore particolare della morale professionale, per lo più codificato o codificabile attraverso delle carte o dei codici". Bettetini Gianfranco, Fumagalli Armando, 2002, *Quel che resta dei media. Idee per un'etica della comunicazione*, Milano, Franco Angeli, p. 19

funziona male. È molto peggio: essa è infatti la perfetta antitesi di ciò che dovrebbe essere. Se volessimo fare un'analogia con il cibo, l'informazione falsa non è un cibo scadente, di cattiva qualità, ma un veleno»¹²³.

Come per i giornalisti della carta stampata, e gli editori, anche i fotogiornalisti sono tenuti a mantenere un certo standard etico nei propri lavori.

È necessario che ogni pubblicazione sia il risultato di una serie di regole, scritte e non scritte, le quali attestino che il contenuto presentato sia una sincera e fedele rappresentazione delle immagini al pubblico.

Tali norme riguardano una vasta gamma di aspetti, che vanno dal come il fotografo deve comportarsi nel momento in cui scatta le sue immagini, passando per ciò che può fotografare o meno, fino al se e come l'immagine può essere alterata in camera oscura o al computer.

Non c'è dubbio di come questo quadro si sia sviluppato ed evoluto nel tempo, influenzato da fattori quali la capacità tecnologica e i valori etici della società. Un quadro che è tuttora in continua evoluzione.

Le immagini fotogiornalistiche modellano la nostra cultura in modo molto profondo. Come abbiamo già descritto nei paragrafi precedenti, chi ha vissuto l'“epoca Vietnam”, non può non ricordare le foto che con incredibile forza hanno simboleggiato quel duro conflitto – le esecuzioni sommarie per le vie di Saigon, la bimba nuda in fuga dal napalm, le file di corpi senza vita allineati per le strade – tutte immagini che si sono fissate nella memoria collettiva di una generazione. Non a caso, il peso crescente dell'impatto dei documenti fotografici, è stato fra i principali motivi che hanno convinto l'opinione pubblica a schierarsi contro il conflitto, determinando di fatto la sua conclusione.

È la dimostrazione, ancora una volta, del grande potere che possiede l'informazione per immagini. Ricordiamo però, prendendo a prestito una celebre citazione cinematografica, che «da un grande potere, derivano grandi responsabilità»¹²⁴. Un fotogiornalismo responsabile deve perciò essere un fotogiornalismo aderente a determinati standard etici.

Il dizionario della lingua italiana De Mauro definisce “etica” il «complesso delle norme

123 Ivi, p. 21

124 Ben Parker, Spider-Man (2002), [[http://it.wikipedia.org/wiki/Spider-Man_\(film\)](http://it.wikipedia.org/wiki/Spider-Man_(film))] (consultato il 10 febbraio 2009)

morali e di comportamento proprie di un individuo, di un gruppo o di un'epoca», mentre la locuzione “etica professionale” è definita come l'«insieme dei principi morali che regolano professioni a carattere pubblico, quali il medico, l'avvocato, il funzionario statale»¹²⁵, aggiungerei ovviamente il giornalista – professione pubblica per eccellenza – e con lui il fotogiornalista.

Inoltre, l'etica nel fotogiornalismo potrebbe comprendere le scelte individuali che il fotografo fa nel momento in cui scatta le sue fotografie. Ad esempio, un fotografo di guerra dovrebbe posare la sua macchina fotografica per aiutare un soldato ferito? Se una persona chiede di non essere fotografata, è etico fotografarla comunque? Se l'etica nel fotogiornalismo consiste nel trasmettere un'immagine “fedele e completa” di ciò che si documenta, una foto intenzionalmente sottoesposta o sfocata, è immorale?

È ovvio che taluni di questi aspetti si posizionino al confine tra etica e professionalità giornalistica, ma possiamo comunque ritrovare degli utili spunti di riflessione.

Nel suo libro *Photojournalism: An Ethical Approach*, Paul Martin Lester, professore della *California State University* di Fullerton, delinea sei approcci deontologici che possono aiutare fotografi ed editori a rispondere alle domande che ci siamo posti.

Li riportiamo in questa lista e cerchiamo di estrapolare da ogni argomento le nozioni più importanti che ci serviranno da guida per le risposte ai problemi citati:

1. *“The Categorical Imperative is a distilled version of Kant's notion that what is acceptable for a single person should be acceptable for everyone, almost like a theoretical “nondiscrimination clause.” For example, suppose a newspaper editor is trying to decide whether to publish an image of a partially nude young woman fleeing a house fire. That editor should consider whether he would publish the image under different circumstances - if the subject was male, or elderly, or obese. The Categorical imperative says that what goes for one should go for everyone.”*

La scelta degli editori riguardo la pubblicazione di determinate immagini deve essere compiuta seguendo il rispetto del principio di “non discriminazione”. Dunque, ciò che

125 Versione on-line del dizionario della lingua italiana De Mauro, [<http://old.demauroparavia.it/41250>] (consultato il 10 febbraio 2009)

viene deciso per un singolo caso, deve essere applicato a tutti gli altri casi analoghi.

2. *“Utilitarianism as a philosophy attempts to weigh positives and negatives of a situation, and maximize the good for the greatest number of people. For example, if gruesome photos of a car crash offend the victims’ families, but shock the community into driving safely, then by Utilitarianism the taking and publication of those photos is deemed to be ethical.”*

L'approccio di fotografi ed editori nei confronti delle immagini deve seguire i principi della filosofia utilitaristica. Nel momento in cui si pesano gli aspetti positivi e quelli negativi che possono scaturire da una determinata situazione, bisogna preferire le scelte “utili” alla maggior parte dei soggetti che possono essere coinvolti. Lester porta come esempio le fotografie di uno spaventoso incidente stradale. Bene, se queste fotografie turbano parenti e amici degli sfortunati protagonisti, ma possono essere utili alla collettività per una riflessione sui rischi della guida, allora utilizzare e pubblicare quelle immagini viene considerato un atto etico.

3. *“Hedonism represents the “do what feels good” school of thought, and might be used to justify printing explicit photos simply because they are titillating. Publishing a provocative front page photo simply for the sake of selling newspapers would be an example of hedonism.”*

L'edonismo è quella scuola di pensiero secondo la quale bisognerebbe fare ciò che riteniamo giusto, ciò che ci dà piacere. Dunque, la pubblicazione in copertina di foto esplicite, che suscitano attrazione, sarebbe il sintomo di un atteggiamento edonista.

4. *“The Golden Mean philosophy concerns compromise. If there is a less intrusive, offensive, or disagreeable photo that still tells the story, that is the better option. The emphasis is on finding middle ground rather than an all-or-nothing approach.”*

Sarebbe opportuno cercare dei compromessi. Se vi è una foto che è in grado di raccontare ugualmente la notizia, ma presenta minori dubbi riguardo la sua eticità, allora è preferibile scegliere questa in ottica pubblicazione. La misura dell'approccio da seguire va ricercata nel mezzo e non agli estremi.

5. *“The Veil of Ignorance asks the photographer or editor to consider how they would feel if they were the subject. If they would not feel good in the subject's place, it would be better to look for a different image.”*

Un ulteriore approccio potrebbe essere quello di mettere i fotografi o gli editori nell'ipotetica condizione in cui si ritrovano i soggetti delle fotografie scattate. Nel momento in cui ci si sente a disagio nella posizione descritta dalle immagini – pensiamo a condizioni di indigenza, dolore, sofferenza e via discorrendo – allora, sarebbe preferibile scegliere un'altra immagine da pubblicare.

6. *“The Golden Rule is sometimes phrased “love thy neighbor as thyself.” As an ethical philosophy it requires that a photographer or editor treat his subjects as he would treat himself. This, of course, leaves decisions subject to the photographer's, editor's, or institution's ethics.”¹²⁶*

La lista dei sei approcci proposti da Lester si conclude con una citazione evangelica: “Amerai il prossimo tuo come te stesso”. Dovrebbe, infatti, essere questo il comportamento da assumere, la regola d'oro, da parte del fotografo o dell'editore.

126 Lester Paul Martin, 1991, *Photojournalism: An Ethical Approach*, Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associated Inc

6.1 La professione del fotogiornalista

Cerchiamo, prima di ogni cosa, di semplificare i temi connessi al fotogiornalismo, un fenomeno complesso che si trova in bilico tra le esigenze proprie del mondo dell'informazione e le ambizioni artistiche di chi lo produce: «sono estremamente lacerato – diceva Eugene Smith sintetizzando perfettamente il problema – fra l'atteggiamento del giornalista, che deve registrare i fatti, e quello dell'artista, che è in un cattivo rapporto con i fatti. Il mio problema essenziale è quello di restare onesto con me stesso»¹²⁷.

La preoccupazione, a questo punto, consiste nel trovare «una linea di demarcazione che distingua, in maniera netta e senza possibilità di errore, l'attività del fotografo da quella del fotogiornalista»¹²⁸.

Allora, cosa si intende precisamente per fotogiornalismo? La risposta potrebbe essere in qualche modo vaga, ma se consideriamo il fotogiornalismo come la somma dei due



Charles Porter, Premio Pulitzer 1996

termini, fotografia più giornalismo, allora cos'è il giornalismo? Le prime righe della voce su *Wikipedia* ci dicono che «il giornalismo è la professione di chi, operando nel mondo dell'editoria, è specializzato nella raccolta, nell'elaborazione e nella trasmissione di notizie»¹²⁹. Notizie che, aggiungiamo noi, possono essere trasmesse sia per mezzo delle parole che per mezzo delle immagini.

Ma detto questo, Daniel R. Bersak si chiede: colui che pubblica le immagini, dichiaratamente false, di *Bigfoot*, alieni, mutanti sul «*Weekly World News*» si

127 Citato in Peverini Paolo, Spalletta Marica, 2007, op. cit., p. 109

128 *Ibidem*

129 Dalla voce “giornalismo” su [\[http://it.wikipedia.org/wiki/Giornalismo\]](http://it.wikipedia.org/wiki/Giornalismo) (consultato il 10 febbraio 2009)

può definire giornalista allo stesso modo dell'uomo che ha vinto il Premio Pulitzer nel 1996 con la fotografia che riprende un pompiere con una bambina in braccio, dopo gli attentati dell'anno prima ad Oklahoma City? Eppure, chi ha scattato questa foto (Charles H. Porter IV) non era un fotogiornalista, ma un operaio.

Per poter delineare i confini dell'attività fotogiornalistica è necessario adottare un approccio *giuridico-deontologico* che ci consenta di «definire l'attività professionale del fotogiornalista, con i doveri cui egli è assoggettato, ma anche con i corrispondenti diritti»¹³⁰. Come già affermato in precedenza, però, non è solo il fotografo di professione ad essere in grado di produrre documenti fotografici, anche il privato cittadino può essere coinvolto nel sistema dell'informazione per immagini e deve, allo stesso modo del professionista, tener conto degli aspetti *etici* della questione.

Sono diversi i riferimenti giuridici che disciplinano l'attività giornalistica in Italia. Prima fra tutte la legge istitutiva dell'Ordine (n. 69/1963) che riconosce (all'articolo 34) tre figure di giornalisti: a) della carta stampata; b) della radio; c) della televisione.

Notiamo subito come non sia menzionato il fotoreporter. Bisognerà infatti attendere più di dieci anni prima che la figura del fotogiornalista venisse riconosciuta in Italia come espressione dell'attività giornalistica. Ciò avverrà soltanto nel 1976 con il Dpr n. 649. In particolare, l'articolo 1 di tale decreto (che ha "arricchito" l'articolo 34 del Regolamento di esecuzione della legge n. 69/1963-Dpr n. 115/1965) ha aperto le porte della professione a "*coloro i quali svolgono attività di tele-cinefoto operatori per organi di informazione attraverso immagini che completano o sostituiscono l'informazione scritta, nell'esercizio di autonomia decisionale operativa e avuto riguardo alla natura giornalistica della prestazione...*" e ha così introdotto nell'ordinamento la figura giornalistica del tele-cinefoto-operatore.

Il decreto conferma la tendenza ad assimilare ai profili giornalistici "tipici" (il giornalismo tradizionale che intende identificarsi con l'uso della parola, scritta su carta stampata o pronunciata via radio e televisione) anche le attività di quegli operatori dell'informazione giornalistica per mezzo delle immagini, quindi – oltre ai fotogiornalisti – sono giornalisti a tutti gli effetti anche i *disegnatori* (Corte d'Appello di Roma, sentenza 22 novembre 1944;

130 Peverini Paolo, Spalletta Marica, 2007, op. cit., p. 109

Trib. Roma, 4 settembre 1963), i *vignettisti* (Tribunale di Venezia, 8 aprile 1974; Cassazione civile, Sezione Lavoro, 20 ottobre 1978, sentenza n. 4761) e i *redattori grafici* (il DPR n. 384/1993 ha abolito l'articolo 11 del DPR 212/1972, che, modificando l'articolo 44 del DPR 115/1965, aveva introdotto la prova di idoneità grafica e, quindi, la figura del redattore grafico). Il linguaggio grafico ha la stessa dignità di quello alfanumerico e di quello delle immagini. Il riconoscimento della natura giornalistica può essere positivamente rivendicato non da tutti i grafici, ma solo da quelli che possono dimostrare di lavorare sul contenuto. Solo nel 1996 il giornalismo grafico ha ottenuto un importante riconoscimento in sede giudiziaria sintetizzato dalla seguente massima giurisprudenziale:

“Deve qualificarsi come attività giornalistica – intesa come prestazione di lavoro intellettuale volta alla raccolta, al commento ed alla elaborazione di notizie destinate a formare oggetto di comunicazione interpersonale attraverso gli organi di informazione – l'attività svolta dal redattore grafico il quale, mediante l'espletamento di attività inerenti la progettazione e la realizzazione della pagina di giornale, esprime, con la collocazione del singolo pezzo giornalistico, come pure mediante la scelta dei caratteri tipografici col quale lo stesso viene riportato sulla pagina, una valutazione sulla rilevanza della notizia, valutazione rapportata ad un giudizio sulla idoneità del fatto ivi riferito ad incidere sul convincimento del lettore”

(Cassazione civile, sezione lavoro, 1 febbraio 1996, n. 889)

un'attività, quella del redattore grafico, che incide fortemente sulla percezione del lettore nei confronti della notizia, testo o immagine che sia, e che quindi interessa direttamente gli aspetti etici dell'informazione. Infine, per concludere il nostro elenco degli operatori grafici dell'informazione che sono considerati giornalisti a tutti gli effetti, ritroviamo la figura dell'*infografico* e del *photo-editor*.

Nell'articolo 27 della legge sull'editoria n. 67/1987, leggiamo: *“Le disposizioni della presente legge concernenti i giornalisti professionisti, nonché le altre disposizioni normative in materia, si applicano anche ai telecineoperatori di testate giornalistiche televisive, iscritti all'Albo dei giornalisti professionisti”*. L'articolo 5 delle norme transitorie del Contratto nazionale di lavoro giornalistico (che ha forza di legge con il Dpr 153/1961), peraltro, comprende *“i fotocinereporter e i telecineoperatori, che prestano attività giornalistica”*.

È interessante notare il fatto che “*per qualificare come giornalistica l'attività del telecineoperatore rileva non tanto il particolare modo d'uso della macchina da ripresa, quanto, e soprattutto, la capacità di trasmettere attraverso immagini, sostitutive della parola o dello scritto, un messaggio, un pensiero informativo e formativo che va al di là del mero aspetto visivo e costituisce un vero e proprio prodotto dell'intelletto*” (Cassazione civile, sezione lavoro, 14 giugno 1994, n. 5757), quindi si evidenzia la necessità di creare un prodotto di rilevanza culturale che non scaturisce dalla mera capacità tecnica di utilizzo degli strumenti per riprendere (macchine fotografiche, macchine da presa, ecc.).

È fondamentale, dunque, che le immagini trasmettano un messaggio informativo. In più, nello svolgere della sua attività, il fotoreporter non deve limitarsi a scattare le fotografie, ma deve partecipare a quel processo di *selezione, montaggio ed elaborazione* del materiale prodotto che consente di trasformare un fatto in notizia. Spesso però tali operazioni sono svolte interamente dalle agenzie o dalle redazioni, ragion per cui il fotoreporter non sa quale utilizzo viene fatto delle sue immagini, fino al momento della loro pubblicazione.

La partecipazione a queste operazioni consente di evidenziare la differenza netta che distingue il fotografo dal fotoreporter, e che assegna solo al secondo il titolo di giornalista¹³¹, come tale egli partecipa ed è artefice dei due momenti essenziali che caratterizzano l'attività giornalistica: «*il momento di acquisizione delle notizie, espressione della libertà di informazione nell'accezione di diritto ad informarsi*» ed «*il momento di esposizione delle notizie, espressione della libertà di manifestare il proprio pensiero liberamente secondo quanto previsto dall'art. 21 Cost.*»¹³².

Nel momento in cui il fotoreporter rispetta queste condizioni, può essere considerato un giornalista a tutti gli effetti, ed è assoggettato alla disciplina professionale prevista dalla legge istitutiva dell'Ordine. Al fotoreporter si applicano quindi le condizioni contrattuali previste per la professione giornalistica oltre all'obbligo di essere iscritto all'albo, in seguito al superamento di una prova di idoneità professionale, la stessa che è prevista per i giornalisti di radio, televisione, internet e carta stampata.

131 Ivi, p. 110

132 Zaccaria Roberto, 2007, *Diritto dell'Informazione e della comunicazione*, Padova, Cedam, pp. 396-397

6.2 Le regole di comportamento del professionista dell'immagine

La lunga tradizione del giornalismo italiano, soprattutto della carta stampata, che per decenni è stato un giornalismo culturale “da terza pagina”, ha impedito di sviluppare in Italia una concezione forte e consapevole di comunicazione per immagini. La fotografia era spesso relegata in un ruolo di secondo piano rispetto alla parola, e gli stessi periodici illustrati italiani, la cui epoca d'oro è stata piuttosto breve, non si sono distinti che per taluni aspetti del fotogiornalismo, tipicità che hanno fatto dell'Italia un caso particolare. I periodici trattavano temi della politica, del gossip, della notizia “cotta e mangiata”, e non hanno (quasi) mai pubblicato sulle proprie pagine i grandi reportages, le inchieste e i servizi, che invece erano presenti sulle riviste straniere, ad esempio l'americana «Life» o la francese «Vu». Qualche tentativo venne fatto da «Tempo» che si basava sullo stile e i reportages di «Life», e «L'Europeo» che ha visto sulle proprie pagine le prestigiose firme di Enzo Biagi, Giorgio Bocca, Oriana Fallaci, Indro Montanelli, e le fotografie di Tazio Secchiaroli, Ferdinando Scianna, Oliviero Toscani e Uliano Lucas.

Resta di fatto l'utilizzo mediocre e spesso inaccettabile che i giornali italiani hanno fatto delle fotografie, la presenza di immagini che dovevano suscitare scalpore e curiosità su un pubblico di lettori poco istruito – nasce proprio in Italia la figura del “paparazzo” e del fotografo di gossip – e la mancanza di servizi “pensati”, per la realizzazione dei quali erano a volte necessari anche diversi mesi di lavoro, hanno fatto del fotogiornalista italiano una figura di cui i giornali si sono serviti a proprio piacimento.

Non è un caso che l'agenzia *Magnum Photos*, nata per la tutela dei diritti dei fotoreporter, abbia visto la luce a Parigi e non in Italia.

Tutto ciò ha impedito la formulazione di una legislazione specifica che disciplini il profilo professionale del fotogiornalista. «Il fotoreporter che, nel nostro paese, aspiri ad esercitare la propria professione in qualità di giornalista deve dunque attenersi alle norme che regolano l'attività giornalistica nel suo insieme»¹³³.

Marco Capovilla ricorda che «su questo fenomeno peculiare e incomprensibilmente anacronistico *Fotografia & Informazione* [l'Associazione Italiana Giornalisti dell'Immagine]

133 Peverini Paolo, Spalletta Marica, 2007, op. cit., p. 111

sta riflettendo da anni, cercando nel limite delle proprie possibilità di stimolare un dibattito tra gli addetti ai lavori e di smuovere le acque. Tuttavia non sembra esserci all'orizzonte alcun significativo cambiamento»¹³⁴.

Al di fuori dei confini nazionali si incontrano contesti nei quali viene prestata grande attenzione alla definizione – giuridica e deontologica – della professione del fotogiornalista e, di conseguenza, dei diritti e dei doveri che ne derivano.

Negli Stati Uniti, il codice deontologico della *National Press Photographer Association (Nppa)* dedica ampio spazio al ruolo che il fotogiornalista di professione svolge nei confronti della società civile. Sul codice si sottolinea la necessità per il cittadino di essere informato sugli avvenimenti pubblici e di ricoprire un ruolo partecipe nel mondo in cui viviamo. «Il fotogiornalismo soddisfa questa esigenza e, nel farlo, stabilisce un rapporto fiduciario con il proprio pubblico (*“Photojournalists operate as trustees of the public”*), in virtù del quale ogni fotogiornalista è tenuto a riportare visivamente gli eventi significativi ed i vari punti di vista, rappresentando fedelmente ed in maniera completa il soggetto o l'evento fotografato (*“As photojournalists, we have the responsibility to document society and to preserve its history through images”*)». Marica Spalletta procede nell'estrarre i punti principali del codice della *Nppa*, aggiungendo che «la responsabilità del fotogiornalista è tanto più grande in virtù del potere che le immagini hanno di rivelare grandi verità, mettere in luce errori e negligenze, ispirare speranza e comprensione, mettere in connessione gli abitanti del mondo: pertanto, sono gravissimi i danni che possono causare fotografie manipolate (*“Photographs can also cause great harm if they are callously intrusive or are manipulated”*)»¹³⁵.

I professionisti dell'informazione, dunque, «hanno elaborato regole proprie o codici deontologici per i giusti comportamenti e la risoluzione dei conflitti»¹³⁶.

I codici di comportamento si orientano ad alcuni valori alti, ad ideali di bene comune ed universale, «il primo dei quali è di certo la promozione dell'umana felicità e del benessere per l'uomo». Chi fa informazione tramite la parola o le immagini, e in generale il comunicatore, può dar senso al proprio lavoro solo assolvendo ad un preciso compito

134 *Ibidem*

135 Ivi, pp. 111-112

136 Scandaletti Paolo, 2005, *Etica e deontologie dei comunicatori*, Roma, Luiss University Press, p. 29

etico. È necessario assumere un'etica del buon senso, un orientamento che si concretizza nella realizzazione della giustizia, nel rispetto dei diritti umani universalmente riconosciuti e nella dignità della persona umana. Per ultimo, ma non meno importante, l'approccio dei comunicatori deve essere orientato al principio della verità. «Mentire significa spesso fare ingiustizia, sottrarre conoscenza e possibile beneficio; ingannare è fare del male, un attentato alla fiducia e alla più serena convivenza fra gli uomini»¹³⁷.

Robert Capa affermava: “La verità è la migliore propaganda”, discorso giustissimo se il prodotto del nostro lavoro rispetta la verità dei fatti; ma forse Capa predicava bene e razzolava male, visto che la sua più importante fotografia era con tutta probabilità un falso¹³⁸, e presumibilmente un falso realizzato proprio in ottica di propaganda politica.

Di etica nell'informazione si parla già nei codici deontologici americani del XVII secolo, ma i primi documenti a valenza globale, che avrebbero fatto da riferimento ai successivi codici di comportamento, vengono prodotti solo negli anni Ottanta del XX secolo. In particolare, nel 1980 l'UNESCO, agenzia culturale dell'ONU con sede a Parigi, pubblica il *Rapporto MacBride*, che abbraccia l'intero campo della comunicazione, ma si sofferma nel capitolo IV sulle questioni legate al giornalismo moderno. «Vi si raccomanda di fissare in appositi codici le norme di comportamento professionale, di ancorarle a visioni etiche non individualistiche, bensì riferite alle prevalenti responsabilità verso il pubblico. E sottolinea che “l'etica professionale ha una portata molto più vasta e molto più soggettiva dei codici giuridici”, riferendosi alle responsabilità morali e sociali, agli obblighi verso la pubblica opinione, la società e i valori generalmente in essa accolti e praticati»¹³⁹.

Qualche anno dopo, nel 1983, sempre a Parigi, le otto principali associazioni internazionali della stampa promulgano un documento che elenca i *Principi internazionali di etica professionale del giornalismo*. «Lo studio comparato dei codici mette al primo posto

137 *Ibidem*

138 Il dibattito intorno all'autenticità della foto di Robert Capa, che riprende un miliziano nell'esatto istante in cui viene ucciso, dura ormai da qualche decennio. Sembra però essere giunti ad un momento decisivo per la risoluzione della questione. Luca Pagni, critico di fotografia, sulla base del confronto fra due immagini di Capa e la raccolta di diverse testimonianze, giunge alla conclusione che «La fotografia intitolata “IL MILIZIANO COLPITO A MORTE” e realizzata da Robert Capa durante la guerra di Spagna è la mistificazione di un “FALSO” caparbiamente spacciato per “VERO”». Le sue osservazioni sono depositate dal 1997 presso la S.I.A.E. Pagni Luca, 2008, *È cambiata la storia della fotografia di reportage...*, Roma, [<http://www.photographers.it>] (consultato il 14 febbraio 2009)

139 Scandaletti Paolo, 2005, *Etica e deontologie dei comunicatori*, cit., p. 36

verità-obiettività-esattezza, poi il segreto professionale e infine il no alla calunnia, alla diffamazione e al plagio»¹⁴⁰. È ormai evidente la mancanza di codici deontologici unificati e internazionali riferiti nello specifico alla professione del fotogiornalista. Possiamo comunque affermare che sebbene cambi il mezzo di trasmissione dell'informazione (parola o immagine) i codici accomunano tutte le categorie professionali interessate.

Così accade che anche il fotogiornalista italiano, non potendo seguire una disciplina che regoli nello specifico la propria attività, deve rifarsi alle norme dettate per l'attività giornalistica nel suo complesso. I limiti entro i quali i giornalisti – e i fotogiornalisti – possono esercitare la propria professione si ritrovano nella *Carta dei doveri del giornalista*, sottoscritta dalla Federazione nazionale stampa italiana e dall'Ordine dei giornalisti l'8 luglio 1993.

«La carta nacque subito dopo l'esplosione di Tangentopoli, quando le notizie sulle indagini riguardanti politici e manager arrivavano nelle redazioni a ritmo incessante. In quel periodo verificare le notizie, oltre a non essere mai stato definito esplicitamente come un obbligo dei giornalisti, era particolarmente difficile proprio per i ritmi serrati. Fu un'epoca di grandi eccessi, ammessi dalla stessa categoria giornalistica, e di grandi dibattiti nelle redazioni sull'opportunità di pubblicare o meno, in un regime di concorrenza serrata, notizie non accuratamente verificate»¹⁴¹. Anche le immagini non si sottraevano a questa tendenza, in quel periodo sono stati pubblicati «foto e titoli equiparabili a sentenze su persone che sarebbero risultate non colpevoli alla fine dell'iter giudiziario»¹⁴², che hanno violato di fatto la privacy e provocato non pochi danni ai protagonisti.

Questo protocollo prevede alcune indicazioni che ogni giornalista dovrebbe rispettare, per garantire il mantenimento di un “*rapporto di fiducia tra gli organi d'informazione e i cittadini*”. Il fotogiornalista – al pari dei suoi colleghi di radio, carta stampata e televisione – deve impegnarsi a “*rispettare, coltivare e difendere il diritto all'informazione di tutti i cittadini*”, ricercando e diffondendo “*ogni notizia o informazione che ritenga di pubblico interesse, nel rispetto della verità e con la maggiore accuratezza possibile*”. Basilari risultano poi il rispetto dei diritti fondamentali, il rispetto della persona, della sua dignità e

140 *Ibidem*

141 Dalla voce “Carta dei doveri del giornalista” su [<http://it.wikipedia.org>] (consultato il 14 febbraio 2009)

142 Scandaletti Paolo, 2005, *Etica e deontologie dei comunicatori*, cit., p. 60

del suo diritto alla riservatezza; per fare ciò si deve quindi evitare di “*pubblicare immagini o fotografie particolarmente raccapriccianti di soggetti coinvolti in fatti di cronaca, o comunque lesive della dignità della persona*”, né “*soffermarsi sui dettagli di violenza e brutalità, a meno che non prevalgano preminenti motivi di interesse sociale*”. Nell'esposizione delle notizie, non deve “*omettere fatti o dettagli essenziali alla completa ricostruzione dell'avvenimento*”; in particolare, i titoli, i sommari, le fotografie e le didascalie “*non devono travisare, né forzare il contenuto degli articoli o delle notizie*”. In nessun caso è concesso di “*intervenire sulla realtà per creare immagini artificiali*”. «In tutti i casi in cui il giornalista viola le norme deontologiche, recando di fatto danno al decoro ed alla dignità professionale (art. 48, legge n. 69/1963), egli può essere sottoposto a procedimento disciplinare ed alle relative sanzioni, che vanno dal semplice avvertimento alla censura o alla sospensione, fino alle violazioni più gravi che prevedono invece la radiazione dall'Albo»¹⁴³.

6.3 Lo stato attuale, associazioni di categoria e codici deontologici

Lo stato attuale delle cose vede la presenza di codici deontologici chiari e specificatamente riferiti alla professione del fotogiornalista solo in rapporto alle regole interne delle principali associazioni di categoria. Le esperienze più rilevanti, come già accennato nei paragrafi precedenti, sono state fatte negli Stati Uniti, laddove si è cercato di unificare in un unico codice la disciplina etica dei fotogiornalisti.

L'esperimento più riuscito per il fotogiornalismo americano di unificare gli standard deontologici è il codice della *National Press Photographer Association (Nppa)*¹⁴⁴, così come le modifiche apportate per lo specifico della fotografia digitale. Nel momento in cui un fotografo membro dell'associazione dovesse violare il codice, lo statuto della *Nppa* (vedi Appendice B) prevede le sanzioni alle quali può incorrere, ed in estrema ratio la revoca della sua appartenenza all'associazione. Queste, tuttavia, sono le conseguenze in merito all'ambito dell'associazione, mentre per violazioni più gravi dei principi etici, i fotografi

143 Peverini Paolo, Spalletta Marica, 2007, op. cit., p. 112

144 Ho riportato l'intero codice originale nell'Appendice B

rischiano, oltre all'espulsione dalla *Nppa*, anche ripercussioni da parte dei datori di lavoro e quindi ricadute gravi sullo svolgimento della propria attività¹⁴⁵.

Il codice della *National Press Photographer Association*, adottato – nella sua versione più aggiornata – il 10 luglio 2004, dopo un preambolo in cui si parla della *Nppa* come di un'associazione professionale che promuove i più alti standard del fotogiornalismo, delinea gli obiettivi dei fotogiornalisti ed il loro ruolo nei confronti del pubblico.

Fatto ciò, il codice¹⁴⁶ elenca i nove principi che i fotoreporter devono tenere in massima considerazione durante lo svolgimento della propria attività:

1. Garantire accuratezza e completezza nella rappresentazione dei soggetti.
2. Fare attenzione a non essere manipolati da occasioni fotografiche frutto di messe in scena.
3. Garantire la completezza dell'informazione e fornire una adeguata contestualizzazione dei soggetti fotografati o ripresi. Evitare gli stereotipi nella rappresentazione sia degli individui, sia dei gruppi. Imparare a riconoscere le proprie deformazioni ed evitare che queste influenzino il proprio lavoro.
4. Trattare tutti i soggetti con rispetto e dignità. Riservare speciale attenzione ai soggetti deboli e avere compassione per le vittime di eventi tragici. L'intrusione nell'intimità dei momenti di grande dolore è ammessa soltanto quando il pubblico ha un prevalente e giustificato bisogno di vedere.
5. Nel fotografare degli eventi, non è ammesso fornire un contributo attivo al loro verificarsi, né influenzarli e tantomeno alterarli o cercare di alterarli.
6. L'editing deve conservare l'integrità del contenuto e del contesto delle immagini fotografiche. Non è ammesso manipolare le immagini o aggiungere o alterare i suoni in alcun modo che possa ingannare chi guarda o che possa dare una rappresentazione falsata dei soggetti.

145 È importante sottolinearlo perché l'iscrizione all'associazione *Nppa* non è richiesta per svolgere l'attività di fotografo nelle aziende, ma la grave violazione dei principi etici può avere ripercussioni anche in questo campo.

146 Il codice ha lo scopo di promuovere la più alta qualità di tutte le forme di fotogiornalismo e di rinsaldare la fiducia del pubblico nella professione. Ha altresì lo scopo di servire quale strumento didattico sia per coloro che praticano il fotogiornalismo, sia per coloro che ne riconoscono l'importanza.

7. Non dare compensi in denaro alle proprie fonti d'informazione né ricompensare materialmente i soggetti in cambio di informazioni o di una eventuale partecipazione.
8. Non accettare regali, favori o compensi da coloro che potrebbero essere interessati ad influenzare il lavoro giornalistico.
9. Non sabotare intenzionalmente gli sforzi di altri giornalisti.

Il fotogiornalista si trova a seguire una serie di regole necessarie affinché si possano rispettare le persone ritratte, non alterare le situazioni documentate, ma soprattutto mantenere una certa integrità morale, figlia del proprio modo di concepire e vedere le circostanze che affronta.

Il codice deontologico della *Nppa* si conclude elencando ciò che idealmente, ma anche in concreto, i fotogiornalisti sono tenuti a rispettare. Essi dovrebbero:

1. Fare ogni sforzo affinché gli affari pubblici siano condotti in pubblico. Difendere il diritto di accesso di tutti i giornalisti.
2. Pensare in maniera aperta alle innovazioni, come farebbe uno studioso di psicologia, di sociologia, di politica, e di arte in modo da sviluppare una visione e uno stile personale. Lavorare con sempre vivo interesse per l'attualità e per i media visivi contemporanei.
3. Battersi per un accesso totale e senza restrizioni a tutte le situazioni, proporre sempre delle alternative rispetto a occasioni affrettate o prive di spessore, cercare punti di vista molteplici e impegnarsi nella ricerca di angolazioni poco diffuse, trascurate o impopolari.
4. Evitare coinvolgimenti diretti in campo politico, di impegno civile o di natura economica o altri impieghi che possano compromettere, o dare l'impressione di compromettere, la propria indipendenza giornalistica.
5. Sforzarsi di essere discreti, riservati e mantenere un basso profilo nel rapporto con i soggetti da fotografare.
6. Rispettare l'integrità del momento fotografico.

7. Impegnarsi a sostenere lo spirito e gli elevati standard di comportamento contenuti in questo codice deontologico sia con l'esempio personale sia divulgandone i principi. Nei casi in cui si debbano affrontare situazioni in cui non sia chiaro come comportarsi, rivolgersi e consultare coloro che hanno una riconosciuta correttezza deontologica professionale. I fotogiornalisti non dovrebbero mai smettere di interrogarsi sulla qualità del proprio lavoro e analizzare li principi morali che lo guidano e informano.

Marica Spalletta fa notare come, in termini di manipolazione e falsificazione delle immagini, i codici mettano in evidenza il lato passivo della questione, che consiste appunto nel divieto di manovrare e non nel corrispondente dovere a mantenere una certa integrità. Possiamo ritrovare queste disposizioni non solo nel codice della *National Press Photographer Association*, ma anche in altri codici etici. «La *Society of professional journalist* ha infatti varato, nel 1996, un codice etico nel quale, dopo aver ribadito il dovere di obiettività ed il corrispondente divieto di alterazioni dolose dei fatti narrati (*“Journalists should test the accuracy of information from all sources and exercise care to avoid inadvertent error. Deliberate distortion is never permissible”*), invita i propri associati ad impegnarsi per garantire l'integrità delle immagini (*“never distort the content of news photos or video”*)»¹⁴⁷.

Il codice dell'agenzia di stampa *Associated Press*¹⁴⁸ si presenta molto ricco e dettagliato. Al suo interno, oltre ai paragrafi dedicati ai criteri di notiziabilità (*news values*) e ai principi generali, vi è un'ampia sezione rivolta alle immagini che si apre con un impegno preciso da parte dell'agenzia: *AP pictures must always tell the truth. We do not alter or manipulate the content of a photograph in any way*. Non sono dunque ammesse manipolazioni di alcun genere, sia che esse siano realizzate con Photoshop (si tratta di una precisazione interessante, in quanto il codice di AP è l'unico che fa esplicito riferimento al più conosciuto e diffuso programma di fotoritocco in circolazione) o con qualunque altro mezzo. Si precisa poi che nessun elemento può essere aggiunto o sottratto digitalmente

147 Peverini Paolo, Spalletta Marica, 2007, op. cit., p. 128

148 Associated Press, 2006, *What's new*, [<http://www.ap.org/newsvalues/index.html>] (consultato il 12 febbraio 2009)

da qualsiasi fotografia, così come anche i volti e le identità delle persone non possono essere ritoccati con nessuno strumento di editing, a patto di leggere correzioni adottate solo per eliminare imperfezioni tecniche, quali la presenza di disturbi sull'immagine.

Sono comunque ammessi alcuni interventi minori, che si possono riassumere in: conversione in scala di grigi, ritagli, cambiamenti nei livelli di densità, contrasto e saturazione (ammissibili solo se non si altera in maniera sostanziale la scena originale), regolazioni di toni e colori, ed operazioni di “brucia e schermo” (come avveniva nella camera oscura con la fotografia analogica) per poter ripristinare le condizioni autentiche della scena ripresa.

Restando negli Stati Uniti, ritroviamo il codice etico della *Society of Professional Journalists (SPJ)* che sottolinea come l'integrità professionale sia la pietra angolare della credibilità di un giornalista (*Professional integrity is the cornerstone of a journalist's credibility*). Il lavoro dei giornalisti (ed ovviamente anche dei fotogiornalisti) deve rispettare quattro linee guida principali:

- Ricercare la verità e riportarla (*Seek Truth and Report It*)
- Minimizzare i danni (*Minimize Harm*)
- Agire in modo indipendente (*Act Independently*)
- Essere responsabili (*Be Accountable*)

i quattro punti elencati creano il percorso concettuale attraverso il quale devono muoversi i professionisti dell'informazione. Il giornalista deve essere onesto, leale e coraggioso nella raccolta, la trasmissione e l'interpretazione delle informazioni a sua disposizione. I presupposti di un giornalismo etico si riscontrano, inoltre, nel trattamento rispettoso delle fonti e dei soggetti con i quali si ha a che fare. Il giornalista è responsabile dinanzi ai propri lettori e deve agire nella ricerca dell'interesse primario del pubblico ad essere informato, ciò presuppone una modalità d'azione indipendente da ogni dinamica d'interesse privato e finalizzata alla sola realizzazione del diritto comune.

Dando uno sguardo al contesto europeo ritroviamo il codice deontologico varato dal *German Press Council* nell'aprile del 2007. Il codice, riservando un'attenzione particolare alle fotografie, «richiama alla massima attenzione nell'uso delle immagini (*“The*

publication of specific information in word, picture and graphics must be carefully checked in respect of accuracy in the light of existing circumstances") e ribadisce il divieto di distorcere o falsificare il significato delle immagini attraverso pratiche di editing o di titolazione (*"Its sens must not be distorted or falsified by editing, title or picture captions"*)»¹⁴⁹.

È interessante notare come anche alcuni grandi quotidiani abbiano elaborato una serie di codici deontologici. Il «New York Times» ad esempio, nelle *Guidelines on Our Integrity*, richiama esplicitamente la necessità di pubblicare solo fotografie autentiche (*"Images in our pages that purport to depict reality must be genuine in every way. No people or objects may be added, rearranged, reversed, distorted or removed from a scene"*). Un elenco ben preciso, poi, riporta gli interventi che sono ammessi sulle immagini (*"adjustments of color or gray scale should be limited to those minimally necessary for clear and accurate reproduction, analogous to the "burning" and "dodging" that formerly took place in darkroom processing of images"*).

Allo stesso modo, il «Los Angeles Times» presenta le sue *Ethics Guidelines*, nelle quali è presente un paragrafo *PHOTOS and GRAPHICS* interamente dedicato alle immagini. Si fissa il divieto di intervenire sulle fotografie in questa misura: *"we do not add color, create photomontages, remove objects or flop images. We do not digitally alter images beyond making minor adjustments for color correction, exposure correction and removal of dust spots or scratches required to ensure faithful reproduction of the original image. Exaggerated use of burning, dodging or color saturation is not permitted"*.

Sulla stessa linea agisce anche il «San Francisco Chronicle» il quale afferma, nel documento *Ethical News Gathering*, che grafici e fotografie *"should represent reality as precisely and accurately as reasonably possible"*, esattamente come avviene per gli articoli testuali. «Il codice, in particolare, disciplina le modalità di pubblicazione delle immagini: nel caso di foto d'archivio, esse devono essere indicate come tali e devono comprendere l'indicazione del nome del fotografo che le ha scattate; se le foto pubblicate sono state soggette a manipolazioni e/o alterazioni per scopi illustrativi, ogni modifica deve essere indicata nel titolo o nella didascalia.

149 Peverini Paolo, Spalletta Marica, 2007, op. cit., p. 128

La sezione dedicata alle immagini si chiude con le responsabilità del fotoreporter, si scrive infatti che i fotografi *“must not control or suggest activity to subjects in a news photograph. “Re-creating” news for photographs is not permissible. Photographers must be alert to – and avoid – situations in which straightforward photography may give readers a misleading impression. Photographers should avoid shooting or cropping a photograph in a way that misrepresents”*.

Fra i quotidiani europei, quello che ha riservato maggiore attenzione al tema delle fotografie giornalistiche è lo spagnolo «El País» che ha presentato un dettagliato elenco di argomenti nel *Libro de Estilo*. La sezione 5, interamente dedicata alle immagini, esordisce con il divieto di apportare alle fotografie qualsiasi modifica che non sia strettamente tecnica (*“Queda prohibida toda manipulación de las fotografías que no sea estrictamente técnica (edición periodística, eliminación de deterioros o corrección de defectos de revelado o transmisión)”*). Nei paragrafi successivi si specificano ulteriori dettagli per l'utilizzo di immagini e didascalie, a seconda della loro tipologia.

In Italia, l'unico codice deontologico legato ad un giornale viene scritto nel 2004 ed è la *Carta dei doveri* del «Corriere della Sera», il maggior quotidiano nazionale. Vi si sottolineano i principi fondamentali dell'attività giornalistica, quali l'imparzialità, l'accuratezza, la completezza, la correttezza, ma non vi sono accenni riguardo il trattamento delle immagini sulla testata. Come scrive Marica Spalletta, «la stessa parola “fotografia” compare solo nel capitolo sulla tutela della privacy»¹⁵⁰. L'Italia, dunque, si dimostra ancora una volta non al passo con le altre realtà democratiche. Molta strada va ancora fatta, anche se qualcosa comincia a muoversi. Protagoniste sono le associazioni di categoria.

150 Ivi, p. 129

6.4 Il lavoro delle associazioni di categoria in Italia per l'individuazione di codici condivisi

A dire il vero, riflessioni in merito ai diritti e ai doveri dei fotogiornalisti sono state fatte anche in Italia. Infatti, altre (poche) regole di comportamento sono scritte nei codici deontologici di alcune associazioni professionali di fotografi e di fotogiornalisti.

L'*Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual* ha elaborato nel 1990 un codice deontologico in dieci punti, semplice ed immediato, che ha lo scopo «di suggerire una base su cui ragionare, per trovare dei comportamenti che non mirino soltanto a proteggere la categoria, ma anche e soprattutto a curare la linearità di rapporti fra fotografi e loro clientela», nel documento di presentazione al codice poi si conclude dicendo che «se sempre più fotografi dimostreranno la loro correttezza, tutto l'insieme dei professionisti beneficerà di una maggior credibilità e di una maggiore stima»¹⁵¹.

Sulla stessa linea si ritrova il codice deontologico dell'associazione romana *Fotoreporter Professionisti Associati (Fpa)*¹⁵², i cui scopi si basano su due punti principali, il primo è quello di «definire i principi di correttezza professionale in materia di fotografia, le sanzioni in caso di inosservanza degli stessi da parte degli aderenti all'associazione FPA ed i modi di esecuzione delle sanzioni medesime», il secondo punto invece si sofferma sul prodotto realizzato ovvero le fotografie, si scrive che il codice deontologico servirà a «contribuire ad assicurare che le immagini fotografiche siano realizzate con prestazione propria, senza imitazioni o comportamenti sleali e che le relative richieste di realizzazione, e/o utilizzazione da parte di terzi, abbiano – da parte dei fotografi – riscontri in termini di rigorosa correttezza professionale»¹⁵³.

151 Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual, *Fotografi soci TAU Visual: Impegno diretto alla correttezza*, Milano, [http://www.fotografi.org/codice_deontologico.htm] (consultato il 10 febbraio 2009)

152 I codici deontologici delle due associazioni italiane sono riportati nell'Appendice B

153 Fotoreporter Professionisti Associati Fpa, *Codice deontologico dell'associazione Fpa*, Roma, [<http://www.fotogiornalisti.eu/fpa/codDeontologico.asp>] (consultato il 10 febbraio 2009)

Capitolo III

Società digitalizzata e Citizen journalism: il cittadino della strada racconta la notizia. Dubbi e criticità

1. *Non tutti i fatti sono notizie. Non tutte le fotografie sono foto giornalistiche*

La notizia è «un fatto *scelto e raccontato* ai lettori, con un testo e con un titolo, una foto, un video, una voce e un suono». Nel manuale dell'Ansa viene così definita: «*Notizia è la massima approssimazione possibile dell'effettivo svolgimento del fatto così come è concretamente ricostruibile, in quella circostanza, mediante la rappresentazione logica e organica degli elementi a disposizione*»¹⁵⁴.

Cosa significa informare con le immagini? Secondo Papuzzi, «se la notizia è nell'immagine, applicare alla fotografia i principi e i criteri della notizia significa sottintendere questioni che fanno riferimento ad aspetti teorici e tecnici del linguaggio giornalistico. Cioè chiedersi se la fotografia implichi un rapporto peculiare con l'avvenimento e con il pubblico; in che modo rifletta il chi e il cosa, il quando e il dove, il perché e il come; se si possa riconoscere l'impiego di valori notizia come la vicinanza, la drammaticità, lo *human interest*, il prestigio sociale; se le fotografie abbiano il potere di rappresentare autonomamente le notizie oppure sia sempre necessaria l'integrazione delle didascalie»¹⁵⁵.

Il presupposto della notizia sta, quindi, nel fatto. A partire da questo se ne determina il confezionamento e la successiva pubblicazione. Ma in base a quali valori e dati quali meccanismi avviene questo decisivo passaggio?

1.1 *News values e rilevanza mediatica delle foto giornalistiche*

Gli studi sul *newsmaking*, quel processo che porta al confezionamento della notizia da parte degli attori dell'informazione – coinvolgendo la sua selezione, la codificazione e la trasmissione –, evidenziano l'artificialità del prodotto giornalistico, che non risulta agli

154 Scandaletti Paolo, 2003, *Come parla il potere*, Milano, Sperling & Kupfer Editori, p. 150

155 Papuzzi Alberto, 2003, op. cit., p. 119

occhi del lettore come l'immagine riflessa della realtà ma come la sua ri-costruzione. I mass media non sono finestre sul mondo ma punti di veduta costruiti in base ad una prospettiva sia consapevole che inconsapevole che puntano su una realtà altra: la realtà giornalistica, che è una realtà di seconda mano¹⁵⁶.

Il lavoro delle redazioni consiste nel decontestualizzare le notizie per poterle meglio catalogare, organizzare e ordinare. Così, «la scelta dei criteri di notiziabilità non avviene mai per iniziativa personale e la loro gerarchia è flessibile»¹⁵⁷. I fattori che influenzano l'utilizzo delle informazioni e dei fatti che diventeranno notizie sono molteplici e riguardano principalmente il contenuto e la reperibilità. Uno dei news value più rilevanti è quello della vicinanza. Quanto più vicino al luogo di edizione e diffusione di una testata accade un evento tanto maggiore sarà l'attenzione ad esso dedicata. «Per vicinanza non si intende solo la vicinanza geografica ma anche quella culturale ed economica»¹⁵⁸.

«L'immagine che i media forniscono della realtà è rapportabile alla loro organizzazione produttiva»¹⁵⁹, la manipolazione dell'informazione sarebbe quindi inconsapevole e connessa all'intervento di strutture inferenziali, che danno per vera una proposizione accolta come vera, spesso però non opportunamente verificata. Il problema di fondo è proprio questo ed è difficilmente estirpabile perché comprende la cultura professionale dei giornalisti e l'organizzazione dei processi produttivi.

«La cultura professionale è riconducibile alla concezione che si ha del prodotto-notizia. I processi produttivi sono riconducibili ai *news value* e alla notiziabilità, da quei requisiti che si richiedono agli eventi per essere trasformati in notizia»¹⁶⁰.

La notiziabilità di un fatto e la pubblicazione di articoli e fotografie che lo raccontano e testimoniano, deriva dunque dalla compartecipazione di due prospettive diverse, quella culturale e quella pratica.

Alberto Papuzzi, nel manuale *Professione giornalista*, individua circa venti criteri di notiziabilità, e li distingue a seconda che riguardino *l'interesse del pubblico o il lavoro della redazione*. Del primo gruppo fanno parte elementi quali la *novità* dell'evento, la sua

156 Balassone Stefano, 2000, *La tv nel mercato globale*, Roma, Meltemi

157 Wolf Mario, 2001, *Teorie della comunicazione di massa*, Milano, Bompiani, p. 251

158 Sorrentino Carlo, 2002, *Il giornalismo. Che cos'è e come funziona*, Roma, Carocci, p. 97

159 Wolf Mario, 2001, op. cit., p. 183

160 Ivi

vicinanza rispetto ai lettori, la *dimensione* (fatti di grande entità e fatti di minore entità), la *comunicabilità* (fatti semplici oppure fatti complessi), la *drammaticità*, la *conflittualità*, le *conseguenze pratiche* che possono scaturire dal fatto, lo *human interest* (quanto un fatto riesca a colpire l'interesse e la sensibilità dei lettori), l'*idea di progresso* (nel momento in cui il fatto rappresenta un progresso per la società), ed infine il *prestigio sociale* dei soggetti coinvolti nell'episodio. Per quanto riguarda i valori notizia che scaturiscono dal lavoro operato nelle redazioni, essi riguardano principalmente la *natura* dell'avvenimento, la sua *tempestività*, e la *durata*.

Le notizie sono figlie di una selezione, e proprio in questo consiste la funzione principale del giornalismo: «selezionare da tutto ciò che avviene nella *realtà* quanto si ritiene maggiormente significativo» al fine di «ridurre il tempo necessario a ogni singolo individuo per spostarsi tra saperi, conoscenze e mondi sociali»¹⁶¹.

I *news values* fanno riferimento anche a tutti quei casi in cui la notizia è contenuta in una fotografia. Non c'è distinzione tra parola ed immagine nella definizione dei criteri di notiziabilità, nella scelta di rendere notizia un fatto accaduto o lasciarlo fuori dal circuito mediatico ed informativo.

1.1.1 Processi di selezione e framing delle notizie

Una volta che le notizie – parole ed immagini – sono state selezionate, si passa alla loro pubblicazione. Per poterle inserire in un discorso coerente, le redazioni hanno il compito di ri-contestualizzarle, un intervento necessario dopo il lavoro di estrapolazione operato a monte, durante la selezione. Si realizza quel processo di “innesto” nel discorso mediatico, costituito sia dalle posizioni individuali di chi presenta la notizia, sia dall'intero universo simbolico che lo abbraccia: la politica, i gruppi di pressione, l'opinione pubblica. «Se nelle redazioni è stata attuata una selezione di temi, adesso verrà attuata una selezione degli aspetti dei temi stessi»¹⁶². La notizia prenderà forma in base ai temi che verranno maggiormente tenuti in considerazione.

161 Citato in Peverini Paolo, Spalletta Marica, 2007, op. cit., p. 29

162 Marini Rolando, 2006, *Mass media e discussione pubblica. Le teorie dell'agenda setting*, Roma-Bari, Laterza, p. 72

Il potere della comunicazione si riscontra esattamente in questo processo, in questa possibilità di ridefinizione dei contenuti. Potere che, come afferma il sociologo tedesco Nicklas Luhman¹⁶³, sta nella facoltà di influenzare la selezione dei simboli e degli atti. In questa prospettiva i *frames* (strutture interpretative) veicolati dai media si andrebbero ad incontrare con i *frames* del pubblico, generando un processo di influenza cognitiva sullo stesso pubblico.

«Il discorso mediatico che si riversa nella società non fa che creare nuovi universi simbolici che influenzano il comportamento dei singoli individui, della politica e dei media stessi»¹⁶⁴. Nella società dell'immateriale, chi ha il potere di strutturare i significati (i costrutti sociali di una particolare epoca) di fatto riesce a detenere il potere¹⁶⁵.

Il lavoro del giornalista, nel momento in cui si trova davanti alla notizia, consiste nello scegliere consciamente o inconsciamente come questa deve essere trattata. Deve individuare il punto di vista da seguire, fissare i paletti che regolano l'interpretazione del fenomeno ed infine racchiudere l'evento in una cornice cognitiva, che lo contestualizza e gli dà senso. «Il frame così inteso contribuisce ad organizzare il pensiero»¹⁶⁶, rappresenta quel filo rosso che collega gli elementi di un evento e li guida verso una interpretazione.

L'essenza del framing giornalistico sta nella selezione di fatti, immagini e simboli, che determinano la particolare interpretazione di un evento.

Bisogna essere consapevoli che l'informazione, è sempre un'informazione mediata. Il giornalista per quanto possa cercare di descrivere un fatto nella sua interezza, si troverà sempre in una posizione difficile, in quanto non potrà mai abbracciare, con le proprie riflessioni, tutti gli aspetti di un fenomeno. La sua sarà in ogni caso un'interpretazione incompleta e parziale, sarà la visione dell'avvenimento tramite un determinato punto di vista, e non può fare altrimenti perché come tutti gli altri attori sociali sarà influenzato e guidato da specifiche interpretazioni, costruite pubblicamente.

Secondo Gianbattista Vico, l'uomo può apprendere solamente facendo riduzione dell'esperienza diretta, non ci sarebbe apprendimento secondo il filosofo seicentesco, dal

163 Luhman Nicklas, 2000, *La realtà dei mass media*, Milano, Franco Angeli

164 Tripodi Rocco, 2008, *La teoria del framing e i frames del terrorismo*, [roccotripodi.blogspot.com]

165 Melucci Alberto, 2000, *Culture in gioco*, Milano, il Saggiatore

166 Marini Rolando, 2006, op. cit., p. 70

conoscere¹⁶⁷. Sarebbe per questo motivo che i media, comunicando alla società delle interpretazioni, propongono al pubblico materiale già usato, già esperito, appunto già interpretato, su cui riflettere. Il pubblico non sarebbe così in grado di apprendere. Rocco Tripodi sostiene che la presentazione delle notizie attraverso un medium è necessariamente mediata, “virtuale”, perché già interpretata,

«I lettori di un determinato giornale sono accomunati da una ideologia, da un sentire comune derivante da un particolare modo di percepire la realtà e il mondo, che è costituito dalla linea editoriale del mezzo. Il medium o chi genera un canale di comunicazione è sempre in una posizione dominante, non perché può interpretare meglio degli altri gli avvenimenti, ma perché ha la possibilità di mostrare la sua visione del mondo. Interpretazione che potrà essere condivisa o non condivisa dal pubblico, ma che fa scaturire comportamenti e riflessioni nella società. Perché influisce in modo determinante nella costruzione sociale della realtà. Il mediatore toglie alcune essenze dal fenomeno e ne sottolinea altre. Ed il pubblico non vede cosa c'è dietro la notizia. L'uomo frappone tra sé e la realtà un mezzo, che semplifica l'azione dello scoprire e ne corrompe la natura. Si guarda attraverso occhi che non sono i propri; la realtà subisce una serie di virtualizzazioni prima di arrivare alla società. Virtualizzazioni che inevitabilmente danno una visione corrotta del mondo e delle cose»¹⁶⁸.

Personalmente dissento da questo modo univoco di concepire l'informazione: i gol di una partita, le persone che scendono in piazza per partecipare ad una manifestazione, gli avvenimenti che fanno notizia, sono dati reali e non virtualizzazioni distorte, ci sono aspetti del “fare informazione” che non possono essere interpretati perché sono dati di fatto, il giornalismo si basa sui fatti. Non si esclude però che il confezionamento della notizia possa orientare l'opinione pubblica verso una data comprensione dell'accaduto, e ciò si riflette in maniera rilevante sulle foto perché, più di ogni altro mezzo, sono quelle che riescono ad arrivare in modo diretto agli occhi dell'osservatore, condizionandone la percezione già al primo sguardo.

Una soluzione a questo problema può essere rappresentata dalla moltiplicazione dei networks e delle fonti informative. Questo fenomeno consente di far entrare nella

167 Sartori Giovanni, 2004, *Homo videns*, Roma-Bari, Editori Laterza, p. 103

168 Tripodi Rocco, 2008, *La teoria del framing e i frames del terrorismo*, [roccotripodi.blogspot.com]

società opinioni e pareri diversi che possono aiutare la decifrazione della complessa epoca storica che stiamo vivendo. Lo spettatore non vuole e non deve più subire passivamente il flusso mediatico, ma sempre più spesso si trasforma in un soggetto che interagisce e partecipa alla formulazione dell'agenda setting. Una metamorfosi che è già una realtà. Lo dimostra il fatto che l'80% delle immagini che abbiamo visto delle Torri Gemelle in fiamme sono arrivate alle redazioni da fonti non professionali, da gente che si è trovata in quel luogo per puro caso¹⁶⁹, persone che si sono trasformate per un momento in *citizen journalists*.

Un fenomeno ancora più evidente e del tutto attuale se prendiamo in considerazione il continuo sviluppo dei blog, importanti canali comunicativi che chiunque, grazie alla rete, può aprire.

1.2 Le 5 W del fotogiornalismo

Un interessante paragrafo del primo capitolo *Il fotogiornalismo nella ricerca storico-sociologica* – del manuale *Le immagini raccontano le notizie?* scritto a quattro mani da Marica Spalletta e Paolo Peverini – cerca di definire, nel contesto dell'indagine legata alla funzione del racconto giornalistico per immagini, le caratteristiche del genere in oggetto.

Il fenomeno del fotogiornalismo viene analizzato alla luce delle *cinque W* che caratterizzano la cultura del giornalismo e dell'informazione.

1. *What? (Cos'è il fotogiornalismo?)*. Marica Spalletta evidenzia come, già a livello linguistico, sia difficile dare una spiegazione del termine “fotogiornalismo”. Consultando il dizionario della lingua italiana De Mauro, non ritroviamo il lemma che ci dica in cosa consista il *fotogiornalismo*, cioè la categoria concettuale legata ai termini *fotogiornale* (il quotidiano o periodico basato prevalentemente su illustrazioni fotografiche) e *fotogiornalista* (colui che effettua servizi giornalistici completi di testi e fotografie). Dalle due definizioni possiamo intendere che il

169 Mezza Michele, 2005, *Mediasenzamediatori.org*, Perugia, Morlacchi Editore

fotogiornalismo consista in «quel particolare genere dell'informazione che fa dell'immagine (corredata o meno da un testo) il fulcro della notizia»¹⁷⁰.

Il fotogiornalismo, a differenza del giornalismo scritto, ribalta il rapporto che solitamente intercorre tra parole e fotografie, ed assegna un ruolo di primaria importanza alle immagini. La fotografia rappresenta il fulcro della notizia ed il testo serve da supporto ed integrazione, «là dove un tempo le illustrazioni servivano ad abbellire il testo ed a essere visivamente concreto, ora le parole sono impiegate per rendere comprensibile o comunque dare una traccia di lettura all'illustrazione»¹⁷¹.

2. *Who? (Chi sono i fotogiornalisti)*. L'identificazione della figura e delle funzioni del fotogiornalista pone in essere diverse domande. Qual è il suo rango professionale? Quali sono le regole che deve rispettare nell'esercizio della professione? Quali sono i problemi etici e deontologici connessi a questa professione? Qual è il ruolo degli amatori, protagonisti del *citizen journalism* come forma di giornalismo partecipativo? Ci riserviamo di far emergere, in maniera più approfondita, le caratteristiche degli operatori dell'informazione per immagini nel prossimo paragrafo.
3. *When? (Quando nasce il fotogiornalismo)* e
4. *Where? (Dove nasce il fotogiornalismo)*. Si tratta di due domande strettamente correlate. Il fotogiornalismo nasce laddove persone e particolari contesti socio-culturali, hanno creato le condizioni necessarie allo sviluppo di una nuova concezione di informazione, che si serve del contributo decisivo delle immagini. La storia del fotogiornalismo, dalla sua nascita all'evoluzione, fino al tendenziale declino e ridefinizione concettuale, è ampiamente trattata nel primo capitolo del presente elaborato.
5. *Why? (perché nasce il fotogiornalismo?)*. Ad un certo punto della storia del giornalismo si avverte la necessità di adottare una nuova modalità espressiva per il racconto della notizia: la fotografia, che «materializza il carattere peculiare ma invisibile del giornalismo, racchiuso nel motto “andare, vedere, raccontare”.

170 Peverini Paolo, Spalletta Marica, 2007, op. cit., p. 29

171 Ivi, p. 30

Documenta infatti sia l'attimo di contatto del giornalista con la realtà, sia la sua funzione di testimone del tempo, con l'immediatezza e l'esemplarità che difficilmente un articolo può avere»¹⁷². La grande forza documentale della fotografia giustifica la nascita del fotogiornalismo in ragione della presunta considerazione che un evento, nel momento in cui è stato fotografato, sia effettivamente accaduto. La foto che vediamo ce ne dà la prova tangibile ed inconfutabile (fino ad un certo punto a dire il vero, non sono rari infatti – e li documentiamo nel presente lavoro – i casi in cui la fotografia rappresenta sì un documento, ma falso). L'obiettivo del fotoreporter, scrive Papuzzi, «diventa una proiezione dello sguardo del lettore» e «realizza un bisogno di partecipazione che si esprime nell'idea di essere visti: il meccanismo di autoidentificazione innescato da una fotografia non riguarda soltanto il suo autore ma anche il soggetto»¹⁷³.

«Così come un evento diventa notizia – conclude Spalletta – in virtù del fatto che esiste (o si presume possa esistere) un pubblico interessato al racconto di essa, così il fotogiornalismo nasce per soddisfare alcune esigenze fondamentali del pubblico: la *volontà di conoscere un fatto*, l'*ansia di partecipazione all'evento*, il *desiderio di identificarsi nei suoi protagonisti*, il *piacere non solo di vedere, ma anche – e forse soprattutto – di essere visti*»¹⁷⁴. Ma in cosa consiste la proverbiale forza comunicativa dell'immagine nel fotogiornalismo? Furio Colombo ci fa un puntuale ritratto di quella comunicazione in grado di restituire profonde emozioni in una fotografia. «Una sola immagine – prosegue Colombo – porta la responsabilità di un intero racconto, come pagine e pagine, come ore di film. L'immagine anzi si sgancia dalla quantità e dalla continuità nel tempo per diventare oggi, adesso, una comunicazione immediata e potente. Un solo istante, un unico frammento di vita raccolta in un'immagine, si fa carico di una lunga striscia di eventi iniziata molto prima, che dura molto poco, che si estende per spazi molto più vasti»¹⁷⁵.

172 Papuzzi Alberto, 2003, op. cit, p. 114

173 *Ibidem*

174 Peverini Paolo, Spalletta Marica, 2007, op. cit., p. 31

175 Colombo Furio, 1999, *Ultime notizie sul giornalismo. Manuale di giornalismo internazionale*, Roma-Bari, Laterza, p. 152

1.3 Chi è e cosa svolge il “vero” fotogiornalista

Che cosa fa esattamente il fotogiornalista? «Il fotogiornalista svolge un lavoro analogo a quello di un giornalista usando, al posto della scrittura, immagini. [...] La differenza tra la scrittura e l'immagine è la velocità della lettura del “testo”; mentre per capire una situazione attraverso uno scritto il lettore deve entrare in una descrizione che fa scoprire un fatto parola dopo parola, frase dopo frase, nel caso della fotografia la descrizione è evidente al primo sguardo, esplicita, tutte le parole e le frasi sono lì, sono presenti contemporaneamente dentro una forma geometrica rettangolare».

Il fotografo di reportage è il testimone privilegiato della situazione che documenta. Nell'accezione più idealista del termine, si identifica in colui che si sposta per poter raggiungere i luoghi teatro di conflitti di ogni genere, portando con sé un bagaglio di responsabilità che gli consenta di raccontare attraverso le immagini ciò che sta accadendo. Il racconto servirà da monito per tutti, con lo scopo che non venga cancellata la memoria dei drammi e cercando di migliorare, attraverso l'informazione, la qualità della vita di ognuno.

«In definitiva il lavoro del fotografo consiste nel documentarsi su un determinato fatto di possibile interesse pubblico, progettare un percorso di lavoro, eseguire il suo reportage e confezionarlo in modo tale che sia completo e di facile comprensione anche per chi non conosce ancora l'evento documentato»¹⁷⁶.

Ma basta essere nel posto giusto al momento giusto per definirsi fotoreporter? Oppure dietro a questa attività devono esserci di base determinate competenze e specifiche attitudini? Senza dubbio «i fotografi sono i più avventurosi fra i giornalisti. Devono esserlo. A differenza di un reporter, che può mettere insieme una storia mantenendo un certo distacco, il fotografo deve essere sul luogo dove si svolge l'azione, qualsiasi pericolo o disagio comporti. Con un teleobiettivo – aggiunge Morris – può avvicinare il soggetto, ma niente deve frapporsi tra lui e la realtà. Deve essere nel posto giusto al momento giusto. Non può contare su nessun rimaneggiamento. Deve mostrare quello che è. [...] Giusto o

176 Coletti Dario, 2008, *Photo reportage, Fotogiornalismo: scuole e corsi*, Roma, Istituto Superiore di Fotografia e Comunicazione Integrata, [www.corsifotografia.net]

sbagliato che sia, è la foto ad avere l'ultima parola»¹⁷⁷.

È necessario che il fotoreporter curi molteplici attitudini. Si tratta di provare gusto e piacere nell'approfondimento di tematiche politiche e sociali, deve essere sensibile e giusto nel valutare le situazioni, deve essere veloce nelle decisioni ed avere senso della narrazione e amore per il racconto. Deve essere curioso di approfondire i processi sociali e conoscere le implicazioni storiche e le dinamiche di geografia fisica e politica. Deve avere buona capacità nel relazionarsi a situazioni e a persone, capacità progettuale, spirito libero e senso di giustizia. Ma fra tutte, le attitudini fondamentali per chi lavora nel settore del fotogiornalismo sono il senso di responsabilità, l'onestà intellettuale e un deciso spirito deontologico. Comportamenti superficiali o scelte eticamente sbagliate, possono generare conseguenze gravi per se stessi o per gli altri.

Il compito più difficile, ma di rilevanza notevole, consiste nell'imparare a denunciare tramite le immagini anche le situazioni più drammatiche difendendo, allo stesso tempo, il diritto alla dignità degli uomini. Da parte dei giornali, però, spesso non sembra esserci per la fotografia, lo stesso riconoscimento della rilevanza che ha la parola.

Così prende piede «una nuova modalità di lavoro che i fotoreporter hanno scelto: laddove gli spazi dei giornali si sono ristretti, laddove la possibilità di svolgere la propria funzione di cronista della nostra epoca sembra in pericolo nei suoi interlocutori naturali che non aiutano più a produrre questi servizi, alcuni fotoreporter hanno scelto strade più difficili, lunghe e impegnative: si sono avviati lungo un percorso progettuale più lungo, autonomo, che nasce dalla necessità di documentare le cose del nostro mondo, e che li impegna in progetti legati a varie tappe che si svolgono nel corso di alcuni anni, e che hanno la finalità della creazione di un vero e proprio corpo di immagini legate agli eventi, un discorso complessivo su di un determinato argomento. Questa tendenza ha avuto il suo principale iniziatore in Salgado, nel progetto sul lavoro dell'uomo, ma anche come protagonisti alcuni italiani: Francesco Zizola nel 1997, non a caso, ha avuto il massimo riconoscimento del fotogiornalismo internazionale con il World Press Photo. È un segno di un parziale cambiamento in meglio. Molti fotografi hanno ritrovato in sé stessi la capacità progettuale

177 Morris John G., 2000, *Sguardi sul '900. Cinquant'anni di fotogiornalismo*, trad. it. di Elena Rossi, Pescara-Milano, Le Vespe, p. 15

che i giornali negano»¹⁷⁸.

Le immagini, come le parole, devono essere capaci di comunicare in modo chiaro il messaggio giornalistico. Il fotoreporter dovrà avere le stesse caratteristiche del buon giornalista, cercando di fare «un giornalismo intelligente, basato sui fatti, onesto nelle intenzioni e negli effetti, che non serva altra causa se non quella della verità accettabile», e formulato «in modo comprensibile per i suoi lettori, chiunque essi siano»¹⁷⁹.

2. L'avvento della tecnologia digitale e l'influenza sulla società

«Per **fotografia digitale** si intende il procedimento che consente di ottenere immagini mediante tecnologie elettroniche direttamente in forma digitale e di memorizzarle su un supporto magnetico, ottico o elettronico.

I metodi più comuni per ottenere fotografie digitali consistono nell'effettuare la scansione di un'immagine (stampata oppure sotto forma di negativo o diapositiva) con uno scanner d'immagini oppure di effettuare uno scatto con una fotocamera digitale»¹⁸⁰.

La definizione di “fotografia digitale” che ricaviamo dalla più consultata enciclopedia sul web, parla di un nuovo procedimento, di natura elettronica, per acquisire immagini e memorizzarle direttamente su un supporto. Ciò che otterremo sarà una serie binaria di numeri che, opportunamente codificata dal processore di un elaboratore, ci restituirà la visione dell'immagine ripresa. Finisce, così, l'era “feticistica” della fotografia, fatta di pellicole, carte sensibili, acidi e soluzioni per lo sviluppo e la stampa in camera oscura. Finisce l'era di quella fotografia che aveva senso solo se stampata, e ne comincia un'altra nella quale l'immagine rimane spesso confinata nella cornice di uno schermo del computer o sul display di un telefonino. Nasce la nuova epoca di una società digitalizzata, che viaggia con la stessa velocità di diffusione di immagini ed informazioni via internet.

178 Koch Roberto in Carlotti Anna Lisa (a cura di), 2000, *Usi e abusi dell'immagine fotografica*, Milano, ISU-Università Cattolica p. 193

179 Citato in Peverini Paolo, Spalletta Marica, 2007, op. cit., p. 116

180 Dalla voce “Fotografia digitale” su [http://it.wikipedia.org/wiki/Fotografia_digitale]

2.1 Ad ogni epoca la sua tecnologia

Nel corso del Ventesimo secolo, appena trascorso, l'evoluzione tecnologica ha accompagnato lo sviluppo dei mezzi di comunicazione di massa. «Ogni medium ha avuto la sua tecnologia: ottico-chimica e meccanica per la fotografia e il cinema, acustica ed elettronica per la radio, tipografica per giornali e libri, e così via»¹⁸¹. Sebbene i contenuti prodotti appartenessero allo stesso universo culturale, la diversità tecnologica rendeva estremamente difficili gli scambi reciproci, non solo dal punto di vista pratico, ma anche per quanto riguarda l'aspetto giuridico¹⁸².

L'avvento dell'informatica e la diffusione dei computer, a partire dagli anni Ottanta, ridefinisce questo quadro rendendolo notevolmente più versatile. La tecnologia digitale (il termine deriva dall'inglese *digit*, che significa cifra, il quale a sua volta deriva dal latino *digitus*, che significa dito) consente di tradurre tanti linguaggi settoriali, tante pratiche comunicative differenti, in un unico linguaggio fatto di numeri, anzi, di soli due numeri: zero e uno. Il sistema digitale (che appunto può definirsi anche *numerico*), trasforma tutti i prodotti mediatici – la musica, le parole, le fotografie, i video – in documenti (*file*) composti da una serie finita di combinazioni numeriche.

La rivoluzione del digitale facilita e velocizza i trasferimenti da un ambito all'altro, portando a realizzare un nuovo posizionamento dei media che, grazie ad intrecci reciproci sempre più agili e frequenti (la cosiddetta “convergenza multimediale”), si ritrovano sotto il medesimo “ombrello digitale” creato dal computer e diffuso attraverso Internet.

Il rapido successo riscosso dalla fotografia digitale negli ultimi tempi è dovuto soprattutto ai numerosi vantaggi che si ottengono a livello di produzione, archiviazione e distribuzione. Scattare fotografie diviene un'operazione facilitata ed accessibile a tutti, vengono meno i costi dei materiali di consumo (ad esempio la pellicola) e si dà il via ad una produzione “massiccia” di materiale fotografico, sebbene spesso di scadente qualità. Anche le precedenti immagini realizzate con tecnica analogica, possono essere digitalizzate per sfruttare al meglio i vantaggi dell'era “numerica”.

181 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 111

182 Ogni tecnologia così come ogni settore della comunicazione, doveva essere giuridicamente disciplinato in maniera indipendente dagli altri

La conservazione dei dati diventa sempre più agevole, ed i costi fissi delle memorie (sempre più capienti) e delle macchine fotografiche (sempre più avanzate) diminuiscono progressivamente. Gli archivi digitali sono sempre più pratici e decisamente meno ingombranti rispetto ai vecchi archivi cartacei, di conseguenza la trasmissione e la diffusione delle immagini può contare su una sempre maggiore velocità e capillarità.

«La riproduzione dei contenuti – scrive Menduni – in un numero infinito di esemplari, senza alcuna perdita di qualità, è così semplice che gli stessi concetti di “originale” e di “copia” ne escono stravolti»¹⁸³, una contingenza alla quale bisognerà prestare molta attenzione nell'ottica della diffusione di contenuti “sensibili” o coperti da copyright.

Una delle caratteristiche più interessanti del digitale è la possibilità di far interagire testi di natura diversa (prima rigidamente suddivisi) e di diffonderli in tempo reale tramite Internet e le nuove reti di telecomunicazioni che hanno trasformato i media tradizionali.

L'avvento nell'attuale società di una tecnologia così pervasiva ed il mutamento radicale che ha determinato, porta a modificare in maniera profonda il senso e la funzione delle immagini, insieme ad una serie di pratiche sociali, usi, costumi, linguaggi e convenzioni fortemente radicate.

2.2 I fattori che determinano la nascita e lo sviluppo della fotografia digitale

L'idea di fotografia digitale comincia a prendere corpo nel periodo delle prime esplorazioni spaziali, si sentiva infatti il bisogno di trasmettere a lunghissima distanza le immagini riprese da satelliti artificiali e durante le missioni spaziali.

Queste nuove tecnologie, però, cominciarono ad avere un'applicazione concreta solo negli anni Ottanta, quando incontrarono le funzionalità del computer che rappresentò la nuova camera oscura, nonché lo strumento necessario per la visione, riproduzione, modifica ed archiviazione delle immagini digitali.

Il primo sensore ottico fu inventato nei Laboratori Bell nel 1969 ma passarono alcuni anni prima che si potessero realizzare una macchina fotografica, una videocamera digitale, o scattare la prima foto “numerica”. Ci troviamo ancora ad uno stato embrionale dello

183 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 112

sviluppo di questa “nuova fotografia” e «soltanto a metà degli anni Novanta si sono determinate le condizioni per la diffusione della macchina fotografica digitale»¹⁸⁴.

Questo nuovo strumento nasce in un contesto già affermato di cultura elettronica e dispone quindi, sin da subito, di dimensioni ridotte ed automatismi elevati.

Nasce la macchina fotografica digitale e subito si mette a disposizione di un ampio pubblico attratto dalla voglia di “fermare l'attimo e conservarlo”, sebbene non disponga di una cultura tecnica e fotografica elevata. Le principali regolazioni tecniche – distanza, messa a fuoco, esposizione – sono solitamente automatiche e consentono anche al dilettante più “imbranato” di “puntare e scattare”. Esattamente come avveniva nel 1888, quando lo slogan pubblicitario Kodak recitava: «Voi premete il pulsante, noi facciamo il resto» e si garantiva la riuscita di una fotografia «senza sbagli». Oggi le foto sono immediatamente visibili su un display e possono essere cancellate se non interessano o sono riuscite male. La fotografia digitale “tollera” gli sbagli e consente al novello fotografo di cancellare e ricominciare, senza la preoccupazione di consumare la pellicola. Le schede di memoria contengono molte più fotografie rispetto ad un rullino e (una volta che le immagini sono trasferite sul computer o su supporti di memoria esterni) possono essere cancellate e riutilizzate centinaia di volte.

Nonostante le potenzialità fossero – e sono – elevate, la fotografia digitale non fu subito accolta con entusiasmo, bensì con un certo scetticismo. La diffidenza riguardava soprattutto i fotografi professionisti che non riscontravano nella fotografia digitale degli esordi una qualità tecnica paragonabile alla pellicola. In più aumentava la consapevolezza del venir meno della netta barriera di competenze che separava i fotografi professionisti dai dilettanti. Nell'era “analogica”, infatti, la manipolazione di una macchina fotografica complessa richiedeva una specifica capacità che agiva da barriera sociale in grado di separare e distinguere professionisti e fotoamatori evoluti dai “fotografi della domenica”.

184 Ivi, p. 116

2.3 Sensori, pixel e schede di memoria: l'immagine dalla concezione "feticistica" a quella "virtuale"

L'immagine digitale rivoluziona il modo di concepire la fotografia e democratizza, nel senso che la rende disponibile a tutti ed in qualsiasi momento, una pratica già diffusa ma vincolata dai costi di consumo che spesso comportava.

Il digitale ha portato ad una ridefinizione della fotografia, che passa da una concezione *feticistica*, legata alla presenza "materiale" della stampata su carta, ad una *virtuale*, l'immagine che «può essere archiviata, modificata, inviata senza aver mai bisogno di stamparla e fissarla su un supporto materiale, come la carta o la diapositiva»¹⁸⁵.

Per immagine digitale non si intende soltanto una fotografia scattata con un apparecchio fotografico digitale, ma un *file* che può essere prodotto in due modi: convertendo in formato numerico, tramite scanner, una foto scattata in analogico, o realizzando l'immagine direttamente in digitale, servendosi di una macchina fotografica dotata di obiettivo e microchip interno che è possibile collegare al computer o ad altri dispositivi elettronici. Il meccanismo di funzionamento delle macchine fotografiche è uguale sia che si tratti di fotografia analogica o digitale, a cambiare è solo il supporto impressionabile. Laddove nella fotografia "tradizionale" ad essere impressionata era la pellicola, che subiva una reazione chimica con l'ingresso della luce nel corpo della macchina, nella fotografia digitale ad essere impressionato è un sensore elettronico (i sensori più comuni sono quelli di tipo Ccd, *charge coupled device*, ma esistono anche i sensori Cmos e i più recenti Foveon). I sensori rilevano il colore e le caratteristiche di un minuscolo rettangolo dell'immagine e lo convertono in segnale digitale. Il risultato di questa rilevazione è il pixel (*picture element*). Ogni settore del sensore genera i dati di un pixel e l'immagine digitale che ne consegue sarà rappresentata da una griglia composta da un grandissimo numero di punti. Cosa si intende per pixel? Di solito sono degli elementi così piccoli che non riescono a vedersi ad occhio nudo. Ingrandendo la fotografia, però, è possibile scorgere tanti piccoli rettangoli di diversi colori. Se l'immagine viene ulteriormente ingrandita, i settori che la compongono cominciano ad individuarsi più chiaramente, e le linee curve dei contorni

185 Ivi, p. 112

assumono una caratteristica configurazione seghettata. La curva rappresenta infatti la risultante di tantissimi piccoli rettangoli affiancati.

La qualità di una foto prodotta da una fotocamera digitale è la somma di svariati fattori. Il numero di pixel (di solito indicato in megapixel, milioni di pixel) è soltanto uno dei fattori da considerare, sebbene sia di solito quello più evidenziato dalle case di produzione. Il fattore più critico, invece, è il sistema che trasforma (grazie ad un microchip) i dati grezzi catturati dal sensore in un'immagine fotografica.

Altri elementi da considerare sono:

- la qualità delle ottiche: distorsione, luminosità, aberrazione cromatica...
- il tipo di sensore utilizzato: Cmos, Ccd, importante per determinare l'ampiezza della gamma dinamica delle immagini catturate
- il formato di cattura: quindi il numero di pixel e il formato di memorizzazione (Raw, Tiff, Jpeg, ...)
- il sistema di elaborazione interno, affidato a memoria ed algoritmi di elaborazione dell'immagine

Come già accennato, però, è il numero totale dei pixel il fattore su cui le case produttrici contano maggiormente, e che più pubblicizzano nei confronti di un pubblico non adeguatamente acculturato fotograficamente. Spesso si tratta di una gara che si basa esclusivamente sui numeri e condiziona le scelte del consumatore. Oggi sono ormai in commercio fotocamere da 10 megapixel a prezzi più che ragionevoli ed accessibile alla maggior parte degli utenti. Tutto lascia pensare comunque che i prezzi continueranno a scendere parallelamente all'aumento del numero di megapixel, esattamente come è avvenuto per le memorie dei computer.

L'analisi del rapporto fra numero di pixel e qualità delle immagini è uno dei temi centrali per capire quali sono gli elementi che danno valore ad una fotocamera digitale e alle fotografie da essa prodotte.

Il numero dei pixel è un parametro che sta ad indicare la "risoluzione" (un indicatore del più piccolo dettaglio della scena fotografata e registrato dalla fotocamera digitale) e consiste in uno dei fattori che determinano la nitidezza dell'immagine.

In un'immagine digitale il numero di pixel viene calcolato semplicemente moltiplicando il

numero di pixel della base dell'immagine per il numero di pixel dell'altezza. Ad esempio, se una foto è scattata con una risoluzione di 1,92 Megapixel (equivalenti a 1.920.000 pixel) vuol dire che l'immagine prodotta è di 1600x1200 pixel.

La maggior parte delle macchine fotografiche digitali compatte¹⁸⁶ è in formato 4:3 (1600x1200, 800x600, ...), mentre nelle reflex digitali (dette anche DSLR, acronimo di *Digital Single Lens Reflex*) si può impostare sia il formato 4:3, sia il rapporto classico 3:2 (formato 35mm) caratteristico delle fotocamere a pellicola.

«Ogni fotografia diventa un file, un documento digitale, in uno dei vari formati grafici disponibili»¹⁸⁷. Il Jpeg (*Joint Photographic Experts Group*) è il formato immagine più utilizzato, soprattutto sul web, perché ha dimensioni modeste e si può trasmettere facilmente, ma proprio per questo è scadente se si devono effettuare delle elaborazioni. Anche il formato Tiff (*Tagged Image File Format*) è molto utilizzato per le sue dimensioni ridotte. Il file Raw (che in inglese significa “grezzo”) è quello utilizzato dai professionisti perché registra l'immagine esattamente come è stata rilevata dal sensore, non rappresenta un file compresso e per questo è molto pesante, ma consente una resa grafica di alta qualità. Più la qualità è elevata, maggiori sono le dimensioni del file. Solitamente, se una foto deve essere visualizzata solo sulla schermo di un computer, è sufficiente una bassa risoluzione, se invece bisogna stamparla occorre che la risoluzione sia notevolmente più elevata. In base a questi fattori si muove anche la critica dei professionisti nei confronti dei giornali che si avvicinano al fenomeno del *citizen journalism*, pubblicando le immagini di scarsa qualità, tecnica e di contenuto che scatta il cittadino della strada.

186 Le macchine fotografiche “compatte”, a differenza delle “reflex”, non hanno la possibilità di montare obiettivi intercambiabili

187 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 114

2.4 Photoshop, fotoritocco e fotomontaggio

*Ragazze, tutto quello che vedete è finto,
le foto delle attrici sono ritoccate,
noi non siamo davvero così.*

Carmen Electra,
attrice della serie televisiva *Baywatch*,
Roma, 2006

Nel 1990 si realizza un ulteriore, decisivo, passo verso la ridefinizione della società che si confronta con la nuova tecnologia. Nasce il più diffuso ed efficace *software* per l'elaborazione di immagini digitali: Adobe Photoshop, dal 1993 disponibile anche su piattaforma Windows. Con Photoshop è possibile modificare una fotografia digitale oppure se ne può creare una dal nulla. Il ritocco fotografico, che consiste nel miglioramento estetico di un'immagine, è solo una minima percentuale degli interventi che si possono compiere con Photoshop. Dalle più comuni operazioni che consentono di rendere una foto più chiara o più scura, modificare i colori, rafforzare o attenuare il contrasto, oppure lavorare sulle ombre o modificare altri elementi dell'immagine, si arriva a trasformare completamente il senso di una fotografia aggiungendo oggetti o dettagli che non esistono, eliminandone altri, moltiplicando il numero di soggetti presenti o creando fotomontaggi ed elaborazioni complesse.

«Photoshop dunque dinamizza in ambiente digitale i tradizionali saperi del ritocco, del collage e del fotomontaggio, facilitandone radicalmente l'esecuzione e conferendo loro una tale accuratezza che rende quasi impossibile distinguerli da un originale»¹⁸⁸.

188 Ivi, pp. 118-119

2.5 Immagine autentica o sintetica?

La capacità di alterare digitalmente una foto ha distrutto la condizione di base della fotografia: che qualcosa debba trovarsi di fronte alla lente quando avviene lo scatto.

Nicholas Mirzoeff

Oltre centocinquanta anni di fotografia “analogica” ci hanno dato la certezza che la scena ripresa in ogni singola immagine era ciò che il fotografo, nel momento in cui scattava, vedeva attraverso il proprio obiettivo. Con la fotografia digitale tale concezione muta radicalmente. Sebbene la regola continui ad essere quella di imprimere su un supporto la scena che abbiamo davanti agli occhi, non possiamo essere sicuri che le fotografie stampate sui giornali o che vediamo visualizzate sullo schermo di un computer siano la «prova certa della presenza del fotografo sul teatro degli eventi, dietro un obiettivo puntato sul soggetto, perché la foto può essere frutto di pura invenzione e/o della rielaborazione di altre immagini».

La fotografia digitale, del tutto simile a quella analogica, assume un valore testimoniale. Ma non si è dovuto attendere molto perché si diffondesse la consapevolezza che «l'immagine può essere totalmente una finzione con conseguenze sociali notevoli. La fotografia, – procede Menduni – digitalizzandosi, ha ampliato i suoi campi di applicazione e accresciuto la sua popolarità reclutando folte schiere di nuovi fotografi, ma ha sicuramente perso parte della sua autorevolezza di “testimone oculare informato sui fatti”». Come nella pittura, l'immagine digitale può essere realizzata anche se ci si trova lontani dalla scena riprodotta, ma laddove è semplice distinguere un quadro da una fotografia, non è affatto semplice. Grazie a tecniche di elaborazione e di fotoritocco digitale sempre più raffinate, è possibile «creare un'immagine che assomiglia in tutto e per tutto a una fotografia ed è indistinguibile da essa: una mimesi della fotografia»¹⁸⁹.

Fotografie totalmente riprodotte al computer, “immagini sintetiche” di pura invenzione, non sono realizzate per mezzo dell'azione della luce che impressiona il supporto sensibile, ma sono frutto dell'elaborazione di programmi di grafica che consentono di riprodurre

189 Ivi, p. 115

esattamente gli effetti della luce sul soggetto rappresentato.



Making of the Korean Actress "Song Hye Kyo" by Max Edwin Wahyudi, Indonesia¹⁹⁰

Chi potrebbe pensare che la foto della graziosa modella asiatica non è in realtà una fotografia, ma un'immagine interamente creata al computer?

190 "Song Hye Kyo" by Max Edwin Wahyudi, Indonesia [<http://www.cgarena.com>]

2.6 Gli archivi digitali e la condivisione delle risorse fotografiche

La fotografia è in mano alla Corbis di Bill Gates e alla Getty (quotate in Borsa) che occupano il 60 per cento del mercato. Stanno sparendo i grandi archivi storici e questo è terribile per i Paesi che non hanno i mezzi per conservare la loro memoria; con il digitale sono nati nuovi fotografi che hanno a disposizione un mezzo eccezionale nella ricerca e nel reportage. Il paradosso è che non ci sono mai state così tante immagini ma noi non le vediamo: la tv massacra l'immagine, parlano troppo

Grazia Neri¹⁹¹, 2009

Con lo sviluppo della tecnica digitale si conclude l'era degli imponenti archivi fotografici, in cartaceo, del passato. Tutte le opere, di qualsiasi genere, contenute negli archivio «sono oggetto di una graduale digitalizzazione per assicurarne una migliore conservazione e, insieme, una circolazione più ampia.

Esistono ormai su internet diversi siti web che offrono un gran numero di immagini di ogni tipo. I database forniscono – gratuitamente o a pagamento – fotografie di qualità ineccepibile, che si prestano ad essere elaborate ed utilizzate (con i diritti d'autore dovuti) per la pubblicazione sul web o di libri, quotidiani e riviste.

Le maggiori agenzie di stock fotografico a pagamento sono statunitensi, ed in particolare due detengono grosse fette del mercato mondiale. Prima fra tutti l'agenzia *Getty Images* – fondata – nel 1995 che possiede il 30% del mercato dell'immagine con un archivio che ne conta ben 120 milioni. Subito a seguire la *Corbis*, di Bill Gates, che nasce nel 1989 e detiene oggi il 15% del mercato con 70 milioni di foto.

A questi database si aggiunge la sterminata quantità di foto che possono essere reperite gratuitamente su internet. Spesso però si tratta di immagini di scarsa qualità e risoluzioni, utili esclusivamente per la pubblicazione sul blog e siti web.

191 Calvetti Paola, 2009, *Il mio scatto quotidiano. Intervista a Grazia Neri*, Milano, «Io Donna» settimanale del «Corriere della Sera», 21 febbraio 2009

Google¹⁹², uno dei più frequentati motori di ricerca sul web, ha in memoria qualcosa come 880 milioni di immagini, facilmente reperibili digitando le chiavi di ricerca che ci interessano. Una delle ultime – e più interessanti – iniziative che riguardano proprio il famoso motore di ricerca, consiste nella partnership avviata con la prestigiosa e storia rivista «Life»¹⁹³. L'idea apporta un sostanziale contributo al progetto di rendere tutta l'informazione del mondo indicizzabile (cioè reperibile grazie ai motori di ricerca). Fanno infatti parte dell'archivio di «Life», reso disponibile al grande pubblico, opere di maestri che hanno fatto la storia della fotografia come Robert Capa, Margaret Bourk White, Alfred Eisenstaedt, Gordon Parks e W. Eugene Smith.

«Incomprensibilmente – scrive Gabriele Niola – il team Google sostiene di avere tutto dal 1750 ad oggi, infatti la prima fotografia della storia risale al 1820. Ad ogni modo la prima foto disponibile nell'archivio Life risale al 1860 e da Mountain View si ammette di non aver ancora inserito tutto il materiale disponibile (nel database mancano peraltro ancora anche alcune delle foto più famose)»¹⁹⁴.

Si tratta di un archivio on-line contenente, per il momento, più di 10 milioni di foto, il 97 per cento delle quali mai viste dal pubblico. L'archivio fotografico di «Life» su Google costituirà una delle più nutrite raccolte di immagini scattate da fotografi professionisti a disposizione di tutti gli utenti che navigano in Internet.

Un progetto che ha richiesto la scansione di milioni di foto e che sarà completato nei prossimi mesi. L'archivio fotografico di «Life» include anche il film *The Zapruder*, girato in 8mm da un privato cittadino, Abraham Zapruder, sull'assassinio del presidente americano John Fitzgerald Kennedy, e la «Collezione Mansell», la più antica raccolta fotografica commerciale del mondo, composta da quindicimila foto.

Il progetto si riassume nelle parole dei protagonisti dell'operazione, Andy Blau (presidente di LIFE) ha dichiarato che «LIFE potrà ora raggiungere un pubblico più vasto e mostrare immagini degli eventi mondiali più importanti, così come dei divi di Hollywood», mentre R. J. Pittman (Director of Product Management di Google) ha affermato che «mettere

192 [www.google.com]

193 Tutte le foto dell'archivio «Life» possono essere ricercate, digitando le parole chiave o l'anno di riferimento, all'indirizzo [<http://images.google.com/hosted/life>]

194 Niola Gabriele, 2008, *Google porta l'archivio Life sul Web*, Roma, [www.webnews.it]

online milioni di foto mai viste prima rientra nella missione di Google, che è quella di organizzare tutta l'informazione del mondo e metterla a disposizione degli utenti di Internet». Un'iniziativa lodevole e risulterà certamente utile a molti studiosi, o anche solo cittadini curiosi di ripercorrere attraverso l'obiettivo dei professionisti di «Life», il ritratto di una società che ormai non esiste più.

2.7 Le nuove funzioni sociali della fotografia

Con il digitale la moltiplicazione degli scatti fotografici è stata esponenziale. Alcune stime, certamente approssimative, dicono che nel 2006 sono state realizzate 250 miliardi di foto digitali. Un numero quasi spaventoso. Non esiste ormai occasione o evento che non sia “documentato” dagli scatti di tante macchine fotografiche o telefonini. La “mania dello scatto” pervade milioni di persone nel mondo che non sono più frenate da nulla, non pagano per il numero di immagini catturate, non si pongono limiti di eticità, non si curano della buona riuscita della fotografia, tanto... “si può sempre cancellare!”

La fotografia perde inevitabilmente «parte della sua autorità testimoniale, non essendo più un obbligatorio testimone oculare ma forse solo un ragazzo che armeggia con Photoshop davanti al computer».

Abbiamo ormai una conoscenza del mondo attraverso la rappresentazione che ce ne viene fatta e sempre meno grazie ad un approccio diretto, assistiamo alla tendenza universale a dare di tutto una dimostrazione visuale, «sostituendo questo complesso di immagini, come un grande simulacro, alla realtà stessa che non è così luccicante, stimolante e sorridente e nemmeno così drammatica, rispetto alle fotografie innumerevoli che hanno accompagnato il dispiegarsi degli eventi»¹⁹⁵.

Le funzioni sociali della fotografia digitale si dispiegano in maniera differente rispetto a quelle della fotografia tradizionale. La comparsa, nel 2002, delle prime macchine fotografiche abbinate ai cellulari, ha ben presto determinato il passaggio verso la diffusione su vasta scala della fotografia digitale. Dal 2006 si vendono più cellulari muniti di fotocamera rispetto a quelli che ne sono sprovvisti.

195 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 125

Grazie al telefonino milioni di persone, che non avrebbero mai immaginato di uscire con la macchina fotografica, ne hanno sempre una a portata di mano e sono nelle condizioni di dare subito testimonianza di un fatto di cronaca al quale assistono, possono catturarne le immagini ed inviarle ad amici, parenti, ma anche agenzie di stampa.

Fotografare con un telefonino consente di registrare situazione nelle quali probabilmente l'ingresso di una fotocamera tradizionale non sarebbe ammessa, si scattano più foto dello stesso soggetto e poi con calma si sceglie quella riuscita meglio. La foto realizzata è subito disponibile e non deve essere consegnata a "persone estranee" per essere sviluppata.

La fotografia diventa un fatto sempre più privato ma, paradossalmente, allo stesso tempo pubblico. Quegli scatti che non portiamo più in un laboratorio fotografico per farli sviluppare, probabilmente li pubblicheremo nel giro di pochi minuti su un social network (vedi *Facebook*¹⁹⁶) o su un portale internet per la condivisione di fotografie (vedi *Flickr*¹⁹⁷).

La gente comune si abitua a fotografare tutto ciò a cui assiste nella quotidianità – dal concerto all'incidente in macchina, dall'evento sportivo alla cena con gli amici – e sente l'irrefrenabile desiderio di condividere queste immagini con i propri interlocutori, i più prossimi e i più lontani. «Sono tutti passaggi – scrive Menduni – verso una sempre più larga sostituzione dell'immagine allo scritto, assecondando la tendenza ormai ben nota che attraversa tutto il Novecento, ma anche di una sostituzione dell'immagine alla realtà in una società in cui la dimensione metropolitana ha ormai prodotto una grande congestione»¹⁹⁸.

3. La falsa rivoluzione del digitale

La fotografia digitale è un nuovo medium? Oppure nulla, o poco, cambia rispetto alla "precedente" fotografia analogica? Sono domande queste alle quali chi, come noi, si occupa di media, dovrebbe riuscire a fornire una risposta il più possibile convincente.

196 Il più grande *social network* internazionale che conta circa 175 milioni di iscritti [www.facebook.com]

197 Un portale internet per la condivisione di fotografie (*photosharing*). Sul sito vengono inviate circa 3.000 foto al minuto [www.flickr.com]

198 Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, cit., p. 122

Claudio Marra, nel libro *L'immagine infedele. La falsa rivoluzione della fotografia digitale*, ci offre il suo punto di vista sulla questione, che potrebbe sembrare in un primo momento un'esclusiva considerazione contro la fotografia digitale. In realtà non si considera "dannosa" la fotografia digitale in sé, ma il modo in cui spesso viene interpretata, nell'ambito del suo rapporto con il reale. Le relazioni della fotografia con il mondo reale instaurano una capacità dialettica che si presta bene, oltre che all'apparente esibizione della realtà, anche a molteplici forme di rappresentazione simbolica.

L'analisi che fa Marra nel suo libro non è l'ennesimo capitolo dell'annosa disputa fra "apocalittici" e "integrati", chi si adegua al nuovo medium e chi lo rifiuta totalmente, e non si tratta neanche «di un nostalgico lamento per la fotografia (analogica) che fu»¹⁹⁹.

«Tutto il discorso – scrive l'autore del libro – ruota attorno al particolare e privilegiato legame con la realtà che la fotografia ha sempre potuto vantare. Un legame che evidentemente i sostenitori del digitale valutano in modo negativo e che considerano oggi fortunatamente annullato da un sistema che, anziché fondarsi su un'idea di impronta e di traccia diretta, come accade nell'analogico, funziona a partire da un principio di traduzione numerica»²⁰⁰.

Con il digitale la fotografia si avvicinerebbe finalmente alla sfera dell'arte, dell'interpretazione del mondo e non più della sua sterile rappresentazione. In realtà la "rivoluzione del digitale" non cambia le carte in tavola, la fotografia continua ad avere e ad ampliare le funzioni che ha sempre avuto in passato, tra le quali si impone quella definita come "esercizio della memoria".

Ma della fotografia, l'aspetto più problematico sembra essere quello del "referente", uno dei nodi più complessi che vede intrecciarsi, in modo difficile e delicato: l'etica, l'estetica e l'intervento della figura dell'autore. La particolare tecnologia utilizzata negli anni dalla fotografia, fondata su un meccanismo di automaticità, spingerebbe a formulare l'idea che l'immagine fotografica, a differenza del linguaggio, non possa mentire. Secondo la prospettiva linguistico-semiotica è necessario che sia presente un

199 Regnani Gerardo, 2008, recensione del libro *L'immagine infedele. La falsa rivoluzione della fotografia digitale* di Claudio Marra, [<http://gerardo-regnani.myblog.it>]

200 Marra Claudio, 2006, *L'immagine infedele. La falsa rivoluzione della fotografia digitale*, Milano, Bruno Mondadori, p. 3

segno perché vi possa essere un'eventuale manipolazione del senso a questi connesso. Si viene così a delineare uno scenario contraddittorio, per cui la fotografia «se strutturalmente non può mentire non è segno, se non è segno non può divenire linguaggio, se non è linguaggio non è atto culturale»²⁰¹.

Il fotogiornalismo rappresenta, dal punto di vista della nostra indagine, un caso esemplare, anche in relazione al continuo dibattito riguardo la dimensione interpretativa degli eventi documentati. Soltanto se si ipotizza per la fotografia una certa “linguisticità”, quindi la sua potenziale capacità di mentire, «si rende possibile lo sviluppo di un'etica dell'informazione che riconosca all'autore una capacità di interpretazione dei fatti», solo in questo caso «è possibile pensare a un fotogiornalismo d'autore nel quale l'immagine è sempre e comunque un'interpretazione della realtà»²⁰².

L'ipotesi del procedimento altamente automatizzato che caratterizzerebbe la fotografia analogica, in opposizione a quella digitale, porterebbe la tecnica numerica ad affermare le potenziali capacità mistificatorie della fotografia. In realtà, secondo l'idea di Marra, la filosofia del fotografico non sarebbe cambiata, e non ci si troverebbe dunque di fronte ad una evoluzione di portata epocale sintetizzata nel presunto passaggio dalla fotografia alla postfotografia.

Facendo un semplice esempio, se la fotografia presente nella nostra carta d'identità è scattata con tecnica analogica, o al contrario con tecnica digitale, la funzione che esercita (attestare che in entrambi i casi la persona in oggetto, con tanto di dati anagrafici, siamo proprio noi) non cambia. È questa la prassi comune nella società attuale.

Discorso più delicato – e senza dubbio fra gli aspetti che maggiormente ci interessano – riguarda invece la fotografia giornalistica e d'informazione, «in questo caso il tasso di credibilità che si pretende dall'immagine, la sua capacità di attestare il vero, è “moralmente” più alto»²⁰³ rispetto ad altri utilizzi “ludici” della fotografia.

Dal punto di vista etico, la discussione che coinvolge il digitale riguarda in particolar modo il problema del “trucco” e della falsificazione del reale. Alla base di tutto ciò si ritrova il rapporto che intercorre fra l'uomo e la macchina, ed il relativo “controllo” di una

201 Ivi, p. 4

202 Ivi, p. 5

203 Ivi, p. 34

parte sull'altra. «Il confronto tra analogico e digitale – scrive Marra – non riguarda semplicemente il passaggio da una tecnica all'altra. Non si tratta di stabilire se funzionano meglio i sali d'argento o i pixel, il problema vero non è quello di una maggiore o minore definizione dell'immagine. Ponendo in crisi il nodo forte della fotografia analogica, l'è *stato* di Barthes, il digitale inesorabilmente apre due grossi fronti di discussione: il primo [...] riguarda il potere di testimonianza finora esercitato dalla fotografia»²⁰⁴, il secondo coinvolge invece il suo rapporto con l'arte.

La “falsa rivoluzione del digitale” consisterebbe nel fatto che, «analogica o digitale che sia, una fotografia continua ad essere una fotografia», la funzione rimane identica e quindi non servirebbe neanche aggettivare. Infatti, «fino all'introduzione del sistema digitale nessuno, parlando di fotografia, si era mai sentito in dovere di fare riferimento al concetto di analogico, anche se di fatto, fin dai tempi di Daguerre e Talbot, la fotografia è sempre stata analogica. Il termine, l'aggettivo, è stato introdotto solo ora, per pura necessità di differenziazione, segno che evidentemente il concetto stesso risulta ininfluenza rispetto all'identità di funzione che il mezzo ha storicamente espresso»²⁰⁵. Da un punto di vista tecnico, il meccanismo di base non cambia. Laddove nella fotografia “tradizionale” i sali d'argento cosparsi sulla pellicola venivano impressionati in modo continuo, producendo una forma di rappresentazione della luce *analogica* alla situazione reale, anche nella fotografia digitale il funzionamento non cambia: la luce impressiona in maniera continua gli elementi che compongono il sensore, lo fa in ragione di leggi elettroniche e non chimiche, ma la fase di registrazione non muta. A cambiare è piuttosto la fase di “memorizzazione”, laddove nella fotografia analogica la foto resta impressa sulla pellicola, nella fotografia digitale avviene un processo di digitalizzazione nel momento in cui il sensore torna vergine dopo che il segnale della carica elettronica viene trasferito ad un convertitore che trasforma e salva l'immagine in “formato numerico”.

Possiamo concludere che la fotografia è fotografia in quanto tale, il meccanismo di rappresentazione – la “scrittura con la luce” – nel passaggio dall'analogico al digitale sostanzialmente non cambia e la “discrezione”, la scelta, è determinata esclusivamente dall'autore che nel rapporto con la macchina ricopre ancora il ruolo di protagonista.

204 Ivi, pp. 40-41

205 Ivi, p. 50

4. *Citizen journalism*

«Secondo un'opinione diffusa i fotografi professionisti fanno fotografie migliori dei dilettanti, perché hanno apparecchiature migliori, dispongono di mezzi più perfezionati per lo sviluppo e la stampa, e fotografano soggetti più interessanti. [...] ogni tentativo di spiegare la superiorità delle fotografie scattate dai professionisti con una immaginaria superiorità di attrezzature, mezzi tecnici o soggetti, è soltanto un alibi inventato dai fotografi che vogliono salvare la faccia attribuendo l'inferiorità delle loro foto a cause da loro indipendenti. Nella realtà, invece, quelle differenze qualitative sono dovute NON a mancanza di denaro o di occasioni valide, ma a una differenza sostanziale nel modo di accostare il soggetto, o forse meglio, nel modo di “vederlo”: i fotografi esperti sanno “vedere fotograficamente” e per questo hanno successo mentre gli altri no». Con queste parole Andreas Feininger introduce, nel 1973, la sua guida per migliorare il proprio “occhio fotografico”. Portando il discorso al nostro ambito, l'esempio fatto ci appare molto attuale, tale da poterlo ricondurre al confronto-sfida che passa fra il reportage fotogiornalistico d'autore e il *citizen journalism*. Sfida che spesso vede il cittadino della strada, con gli strumenti di cui dispone, “vincere” sul professionista.

Per *citizen journalism* non intendiamo però esclusivamente un giornalismo dilettantistico, ma possiamo parlarne anche in un'accezione più ampia di giornalismo collaborativo, quella «particolare forma di giornalismo che attraverso le classiche *potenzialità della rete* permette agli utenti un intervento attivo in quanto a contribuzione, valutazione e promozione delle news stesse. Detto in altre parole, **mettendo i lettori nella “stanza dei bottoni”, una buona notizia verrà letta – o guardata –, commentata e rilanciata in maniera fisiologica e naturale**, mentre quanto verrà reputato inutile, trascurabile o poco interessante sarà destinato a sparire in breve tempo»²⁰⁶.

206 Gavello Francesco, 2009, *Citizen Journalism: 6 Tips Per Comperderlo Davvero*, [francescogavello.it]

4.1 Cittadino della strada e grande fotoreporter

La testimonianza e il ricordo di eventi tragici accaduti negli ultimi anni, sono affidati agli scatti fotografici sia di professionisti affermati che di sconosciuti dilettanti. A partire dagli attacchi terroristici alle torri gemelle dell'11 settembre 2001, sempre più spesso alle immagini dei fotogiornalisti di professione, si sono affiancate le istantanee riprese dal cittadino della strada. Come già detto, la larga diffusione di apparecchi digitali a basso costo e della tecnologia fotografica integrata ai telefonino, mette il privato cittadino nelle condizioni, in ogni momento, di disporre del mezzo necessario per riprendere la scena alla quale assiste.

Susan Sontag, nel suo libro *Davanti al dolore degli altri*, scrive che «la fotografia è l'unica arte in cui la formazione professionale e lunghi anni di esperienza non garantiscono un vantaggio assoluto; il caso e la fortuna possono consentire anche a chi non è un esperto fotografo di scattare un'immagine indimenticabile»²⁰⁷.

La fotografia rappresenterebbe l'arte in cui la realtà e la sua descrizione si trovano a configgere in modo decisivo. La fotografia è infatti un documento – in quanto tale sempre manipolabile – ma allo stesso tempo è anche un oggetto artistico, un campo in cui etica ed estetica sono in costante conflitto. Accade quindi che le fotografie di guerra, dei campi di sterminio, dei massacri, delle torture, mettano a dura prova il valore etico ed estetico del mezzo fotografico.

Nella seconda parte del libro la scrittrice statunitense affronta il problema della presenza della fotografia nel mondo contemporaneo. Oggi non esistono guerre senza fotografie, o per lo meno quelle guerre che per interessi economici o sociali toccano, in qualche modo, il mondo occidentale. «Nell'era della fotografia – scrive la Sontag – si pretende dalla realtà sempre di più». Siamo diventati tutti iperrealisti: vogliamo vedere. Siamo tutti presi da una irrefrenabile attrazione voyeuristica.

La macchina fotografica non diventa solo uno specchio della realtà, ma inquadra gli eventi come una lente di ingrandimento e li avvicina a noi. La macchina fotografica abbellisce ogni cosa, anche il massacro inguardabile dei Tutsi. E la morale che fine fa? La nostra capacità

207 Sontag Susan, 2003, cit.

di indignarci si esaurisce davanti al continuo shock di autobus israeliani dilaniati dalle bombe suicide o davanti ai corpi dei giovani dell'Intifada uccisi dall'esercito d'Israele.

4.2 *L'esperienza italiana più interessante (ma purtroppo non riuscita) di citizen journalism*



Nasce nel 2002, ma avrà vita breve, una delle più interessanti esperienze italiane di giornalismo partecipativo e condivisione di immagini (e video) digitali: il progetto «Makadam». L'aspetto più importante consiste nel mezzo tecnico utilizzato per la realizzazione dei contenuti, si tratta infatti di immagini riprese esclusivamente da apparecchi cellulari.

L'iniziativa viene promossa da *Emage*, il laboratorio multimediale dell'importante agenzia fotogiornalistica italiana *Grazia Neri*²⁰⁸, che «intuisce nella diffusione dei nuovi telefonini dotati di fotocamera le premesse di una grande rivoluzione nel modo di comunicare. Lo sviluppo dei *cameraphone*, il raggiungimento di una qualità di ripresa elevata, la possibilità di realizzare video hanno stimolato la nascita di una nuova comunicazione visiva»²⁰⁹.

Il progetto, dalle ottime potenzialità, si rivolge ad un pubblico di milioni di persone, nuovi autori stimolati a produrre e condividere «contributi amatoriali, spontanei, grezzi e che riguardano un mondo spesso inesplorato pur nella sua familiarità: i sentimenti, la vita quotidiana, i gesti, abitudini, istinti e sorprese della vita di tutti i giorni. È la nascita di un linguaggio più semplice, diretto ed emotivo di quello delle fotografie tradizionali. Siamo tutti autori, siamo tutti famosi per un giorno?»²¹⁰

L'iniziativa, che non si è limitata solo alla piattaforma web, ha cercato di valorizzare le potenzialità comunicative delle nuove tecnologie per la ripresa di immagini. Il telefono cellulare diventa ormai uno strumento indispensabile e di vastissima diffusione, lo portiamo sempre con noi e possiamo utilizzarlo – per riprendere la scena a cui assistiamo

208 [www.grazianeri.com] il sito web dell'agenzia. [www.makadam.it] e [www.emage.it] le pagine (non più attive) di «Makadam» e del laboratorio multimediale *Emage*

209 Ruscilli Mauro, 2005, *Il progetto Makadam*, [<http://www.mauroruscelli.com/dblog/articolo.asp?articolo=940>] (consultato il 5 gennaio 2009)

210 Ivi

– in qualsiasi momento. Sono questi i punti di forza di un progetto che può rivolgersi a milioni di potenziali collaboratori i quali, muniti del mezzo necessario per farlo, possono riprendere e documentare situazioni e fatti, trovandosi nel posto giusto al momento giusto.

La sinergia tra *Emage* e «Makadam» ha portato, inoltre, alla realizzazione:

- del primo reportage professionale al mondo con *cameraphone* (Mostra Internazionale del Cinema di Venezia 2002. Sponsor Nokia e Vodafone)
- del primo magazine al mondo realizzato con fotografie scattate con foto-cellulare e inviate dagli utenti-lettori: «Makadam» (ottobre 2003) mensile free press, ventiseimila copie, sponsor Nokia
- del primo manuale fotografico al mondo per cellulare: *Un attimo per cogliere l'attimo* (ottobre 2004, sponsor Epson e Nokia)

«Makadam» si presenta dunque non solo come sito web – il primo realizzato con immagini scattate con i telefonini dotati di fotocamera e inviate via MMS²¹¹ – ma anche come prodotto editoriale. “Registrati e spedisce le tue foto – recitava l'annuncio del portale – le troverai pubblicate entro pochissimo tempo sul sito. Alcune delle foto da voi inviate verranno utilizzate dalla nostra redazione per realizzare il mensile Makadam.” Una pubblicazione free press divisa in tre sezioni. «L'apertura è dedicata agli eventi che segnano il nostro tempo. Politici, sociali, legati alla cultura e allo spettacolo. La seconda sezione si chiama L'ombelico del mondo. Il mondo dei lettori: del lavoro e degli affetti. Della notte, del gioco; in famiglia, in solitudine. Pillole di un diario pubblico; gioco semiserio su chi siamo e che cosa ci facciamo. E poi le Rubriche: anche queste realizzate con le fotografie del pubblico. Cultura, critiche gastronomiche, moda e costume»²¹².

Non mancano le pagine di servizio, con i nuovi cellulari testati dai diversi esperti della fotografia e della comunicazione e i pareri degli avvocati sulle limitazioni imposte dalla

211 MMS sta per «Multimedia Messaging Service, in italiano Servizio Messaggistica Multimediale, è un servizio di messaggistica telefonica. Come suggerisce il nome stesso la sua peculiarità è la possibilità trasmettere messaggi contenenti oggetti multimediali (immagini, audio, video, testo formattato)». Dalla voce “Multimedia Messaging Service” su [http://it.wikipedia.org/wiki/Multimedia_Messaging_Service]

212 Ivi

legge sulla privacy, con un'attenzione particolare all'etica dell'immagine.

Le foto sono condivise gratuitamente, ma l'agenzia ha la possibilità di sfruttarle commercialmente (all'autore dell'immagine va il 25% dei ricavi che, dedotti i costi però, rappresenta una percentuale molto bassa).

Sito e giornale non sono fini a se stessi, ma appartengono a un progetto culturale che unisce immagini, giornalismo, tecnologia, emozioni, contenuti professionali e amatoriali.

Ma perché, allora, il titolo di questo paragrafo parla di esperienza non riuscita? Abbiamo visto che il potenziale era notevole, l'idea geniale e che la velocità nell'essere arrivati per primi, ad aver pensato un tale sistema di condivisione, poteva rappresentare il maggiore punto di forza²¹³. Altre delle caratteristiche che facevano grande questo progetto, però, si sono rivelate essere i suoi maggiori punti di debolezza.

Il 6 Ottobre 2007, Giulio Bassi in un articolo sul suo blog, annuncia che «la più grande community italiana di foto scattate con il cellulare (cameraphone community) ha chiuso – poi prosegue – da oggi, migliaia di Makadamiche e Makadamici non hanno più il loro punto di ritrovo su internet». L'idea dell'intraprendere un percorso innovativo nella fotografia, che sfrutta a proprio vantaggio tutte le potenzialità dei mezzi moderni e raccoglie centinaia di migliaia di foto e video ripresi con i cellulari, aveva coinvolto anche fotografi rinomati che, una volta abbandonata la fotografia tradizionale, hanno abbracciato la nuova filosofia della “foto rubata per strada” con il cellulare.

La possibilità che ogni iscritto potesse veder pubblicata sulla rivista mensile la propria foto, se da una parte è stata uno degli stimoli maggiori ad abbracciare il progetto, dall'altra si è rivelata una mossa controproducente per la sopravvivenza e lo sviluppo dello stesso. I grossi investimenti promozionali ed editoriali della casa madre, non sono bastati a tenere in vita questa «ventata di aria fresca nel mondo della fotografia e della multimedialità», a causa soprattutto delle difficoltà gestionali che comporta il mantenimento di una struttura

213 Va considerato che «Makadam» nasce nel 2002 e prevede la pubblicazione di foto e video amatoriali realizzati con il telefonino. Non possiamo ignorare l'analogia con il ben più fortunato progetto YouTube, un portale web il cui scopo è quello di ospitare video realizzati direttamente da chi li carica e consentirne la condivisione tra i suoi utenti. YouTube nasce ben tre anni più tardi di Makadam, venne infatti fondato nel febbraio 2005, e rappresenta il sito web con il maggior tasso di crescita. Nel 2006 è considerato, dalla rivista «Time», la migliore invenzione dell'anno. Al 17 marzo 2008 contava ben 78,3 milioni di video pubblicati con oltre 150.000 nuovi video caricati al giorno. Ad oggi si piazza sul podio dei siti web più visitati al mondo.

del genere. L'agenzia *Grazia Neri*, che non fa dell'editoria il suo *core business*, ha trovato nel mensile forse il primo grosso problema, tanto da doverlo eliminare dai capitoli di spesa. Proprio la mancanza del magazine, però, ha rallentato la crescita di «Madakam», deludendo tutte le persone che vedevano sfumare l'opportunità di pubblicazione delle proprie opere, la possibilità di vedersi protagonisti almeno una volta nella vita, di rispondere ad un'intervista, di avere un servizio dedicato alle proprie immagini. Il progetto «Madakam» chiude i battenti a cinque anni dalla sua nascita.

4.2.1 Il citizen journalism rappresenta un attacco alla professione del fotogiornalista? Pareri pro e contro

Il progetto «Madakam», sebbene non abbia saputo affrontare le difficoltà economiche che l'hanno portato alla chiusura, si faceva promotore della tendenza alla comunicazione per immagini – anche di carattere giornalistico – facendo uso delle fotocamere integrate ai cellulari: di bassa qualità, ma disponibili in ogni momento e in grado di trasmettere immediatamente gli scatti realizzati.

Contemporaneamente alla nascita del portale multimediale promosso dall'agenzia *Grazia Neri*, l'*Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual* ha coinvolto i propri iscritti ad esprimere opinioni riguardo questa nuova “era” che – da professionisti – in qualche modo li chiama in causa²¹⁴.

Il confronto tra i fotogiornalisti che sono stati invitati ad intervenire è preceduto dallo scambio di opinioni fra il fotografo Marco Vacca – di *Fotografia & Informazione - Associazione Italiana Giornalisti Dell'Immagine* – e Marcello Mencarini, direttore responsabile del portale «Madakam». Il primo si schiera contro la moda del “documentare” con il telefonino, il secondo ovviamente difende il progetto di cui è responsabile. Riportare il loro intervento, e successivamente fare un sunto delle opinioni di chi sostiene l'una o l'altra corrente, ci servirà per tastare il polso della situazione e valutare come e in quale misura l'avvento delle nuove tecnologie possa essere dannoso per il “mestiere” del fotogiornalista.

214 Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual, *Foto giornalistiche con telefonino*, Milano, [<http://www.fotografi.org/telefonini.htm>] (consultato il 10 febbraio 2009)

Marco Vacca esprime parole di particolare disappunto e sarcasmo nei confronti del collega:

«E così la premiata agenzia *Grazia Neri* si diletta nel semplice gioco dello stare nel mainstream delle fesserie di moda. Chiunque può diventare fotografo, pur utilizzando un sucedaneo di macchina fotografica. Tutti potranno arricchire lo stock di immagini e addirittura guadagnarci su, se le stesse verranno impiegate per usi ed iniziative editoriali, sottraendo un 75 per cento del ricavato (a noi miseri professionisti con anni di esperienza e suole consumate ci succhiano via il 50-55%, quindi cari foto-telefonisti fatevi furbi e cominciate ad alzare almeno la posta!) Niente in contrario verso queste intriganti modernità se a prendere iniziative del genere sono gli addetti ai lavori della telefonia mobile o chi quei telefoni produce, ma se a impegnare risorse ed energie su progetti simili è una seria e storica agenzia fotografica italiana vuol dire che siamo almeno un po' scesi di tono. Una volta si presupponeva che da quelle parti si investisse per produrre del buon fotogiornalismo, per migliorare la conoscenza propria ed altrui, adesso si preferisce elevare il voyeurismo e la cretineria ad immagine titolata. Ritenere che per capire e rappresentare il mondo basti guardare attraverso qualche buco della serratura era un concetto al quale non mi sembra fossimo ancora arrivati... ed invece eccoci qua!
Auguri allo staff di *Emage!*»

Marco Vacca

Nel suo intervento, Vacca sente di dover “rimproverare” l'agenzia *Grazia Neri* per l'interesse manifestato verso questa nuova forma di voyeurismo fotografico realizzato attraverso i telefonini, ciò che definisce “un sucedaneo della macchina fotografica”. Ammette, inoltre, che non si sarebbe stupito se l'iniziativa fosse stata intrapresa dai produttori stessi dei telefoni cellulari o dalle compagnia telefoniche. Il rimprovero verte soprattutto sul presunto disinteresse di investire, da parte della maggiore agenzia fotogiornalistica italiana, sulla produzione di un “buon giornalismo” piuttosto che sulla moda del momento. Alle parole di Vacca risponde Marcello Mencarini:

«Caro Marco, ho letto la tua riflessione su *Makadam* e vorrei farti, farmi e farci – parlo di noi che facciamo questo mestiere – alcune domande. Siamo proprio sicuri che il diritto di raccontare appartenga a pochi e che per poterlo esercitare serva la patente di professionista? Siamo proprio sicuri che le immagini che mia zia scatta quotidianamente nel suo ambiente non siano culturalmente, socialmente e giornalisticamente interessanti? Siamo proprio sicuri che se al G8 non ci fossero state 10, 100, mille

telecamerine avremo avuto la stessa consapevolezza di quello che è successo? Siamo proprio sicuri che la fotografia, quella che racconta un'epoca, la gioia e la sofferenza, le abitudini e le anomalie, non debba essere protetta e salvata prescindendo dal nome degli autori? Siamo proprio sicuri che non spetti ai professionisti e agli operatori del settore aiutare i cosiddetti dilettanti a meglio esprimersi? Siamo proprio sicuri che sia possibile raccontare il mondo solo con una macchina fotografica "di marca" e non anche con i suoi succedanei, come tu chiami i telefonini? Siamo proprio sicuri che il cellulare con fotocamera sia solo una moda e non sia altrettanto modaiolo e più anacronistico girare con la Leica al collo? Professionisti o dilettanti che siano? Tante domande. A qualcuna so rispondere a qualcuna sto ancora pensando. Forse sarebbe meglio che ci pensassimo tutti e in fretta. E, forse, dovremo anche smetterla di chiuderci in sterili e antiquate corporazioni».

Marcello Mencarini direttore responsabile di Makadam

Mencarini sostiene il progetto di Makadam manifestando la convinzione dell'importante contributo che anche le immagini "scattate dalla zia", dal cittadino comune dotato di un semplice cellulare con fotocamera, possono dare alla memoria e al racconto di un'epoca.

La verità probabilmente sta nel mezzo. Ma sono notevoli gli interessi in gioco. Da una parte il giustificato timore dei professionisti dell'informazione per immagini, che temono di dover concorrere con un esercito di nuovi testimoni "armati" di telefonino ma sprovvisti di attenzione etica e professionale, dall'altra l'inevitabile progresso tecnologico e la "democratizzazione" degli strumenti messi a disposizione di un pubblico sempre più ampio e volenteroso di emergere.

Altri contributi alla discussione hanno evidenziato ulteriori aspetti della vicenda. C'è chi, come Fabio Locorotondo, esprime chiaramente il proprio disappunto e sostiene che non è lo strumento a fare la professione («come fotografo mi sento molto bistrattato e afflitto da questi input sempre più negativi. Poi non è detto che comprando una penna d'oro io sappia fare il medico o l'ingegnere quindi non è detto che le persone pur fornendosi di attrezzature siano fotografi). Sulla stessa linea l'intervento di Gabriele Zani che ammette l'uso del telefonino solo in caso di necessità e si schiera a favore della professionalità del fotografo, egli scrive infatti «ritengo che questa tendenza vada contro

la professionalità e la ricerca di qualità che ogni professionista di ogni settore dovrebbe ricercare. Inoltre credo che ogni fotografo (e a maggior ragione quelli che lavorano in ambito giornalistico-editoriale) giri per le città di tutto il mondo con il proprio apparecchio fotografico, per cui l'utilità di un cellulare con fotocamera integrata dovrebbe servire loro solo ed esclusivamente in caso di estrema necessità. Questo per quello che riguarda la nostra categoria di professionisti, un'altra cosa se si parla di “fotografi momentanei”».

Antonio Amato (fotogiornalista per «La Repubblica») sarcasticamente si chiede se l'agenzia *Grazia Neri* citerà gli autori dei vari scoop fatti con i telefonini, «Samanta, signora Maria, Aldo, Francesco...»

Fra i contributi più interessanti ho trovato quello di Massimo Fiorentini che risponde, a chi vuole incentivare un fotogiornalismo “dal basso”, riportando un semplice esempio, significativo e comprensibile anche per chi non si trova a stretto contatto con questa realtà: «qualche mese fa – scrive Fiorentino – una redazione locale del «Resto del Carlino» pubblicava una foto di un'auto in fiamme sull'autostrada; si trattava sicuramente di una foto scattata da un passante con un telefonino perché nonostante la nota bassa qualità richiesta dai quotidiani [...] in quella foto c'erano dei pixel grossi come dei chicchi di grano... bene il signor Mencarini forse non sa cosa significa cercare di arrivare su un'auto in fiamme in autostrada rispondendo alla chiamata della redazione che vuole le foto, significa il più delle volte correre, scavalcare reti per entrare dall'esterno, consumarsi le scarpe [...] in altre parole farsi il mazzo per cercare di documentare il triste evento, anche fatto di cronaca. Ora supponiamo che il fotografo della redazione locale del Carlino, dopo aver sputato sangue per arrivare sul posto, abbia scattato quelle foto (sicuramente dopo), abbia informato il giornale e... che dalla redazione qualcuno gli abbia risposto “no grazie le abbiamo già, le ha fatte uno con il telefonino che passava di lì” tutte le belle domande che si faceva [...] come si inseriscono in questo desolante panorama?» poi prosegue scrivendo «Nel 2003 il giornale per cui lavoro ha ricevuto un rullino di foto scattate da un autista del 118, in queste foto quel macellaio riprendeva i colleghi mentre cercavano di rianimare un povero ragazzo che da lì a poco sarebbe fatalmente spirato... tutto si vedeva benissimo e dalla redazione hanno deciso di coprire almeno i particolari più agghiaccianti; lei non pensa che moltiplicando i macellai improvvisati della

fotocronaca, dilettanti allo sbaraglio in un mondo dove invece occorre esperienza e professionalità, forse potrebbe sorgere qualche problemino?».

Gli interventi estratti dalla discussione fanno emergere, come maggiore preoccupazione dei fotogiornalisti, il rischio di dare un altro duro colpo ad una professione che già si trova in difficoltà. Insomma c'è chi crede come Daniele Botardi che le foto scattate con il telefonino siano «ancora a dei livelli inaccettabili come qualità, ma soprattutto chiunque può credersi fotografo», chi come Andrea Palmieri parla delle persone «che scattano foto con un telefonino non [...] di appassionati di foto ma di semplici guardoni elettronici», chi infine – Giovanni Salici – crede di poter sintetizzare la propria opinione in un “ormai siamo alla frutta”.

Le voci a favore del nuovo corso fotografico, da parte loro, sostengono che bisogna abbandonare inutili battaglie, e si deve prendere atto che la tecnologia permette di fare cose che prima non si potevano fare, consentendo a chiunque di produrre immagini.

Saverio Corti, a differenza dei colleghi che abbiamo citato in precedenza, conferma che è il fotografo a fare la fotografia e non lo strumento che utilizza, e vede nell'avvento delle nuove tecnologie un'occasione di riscontro e conseguente rivincita del professionista dell'immagine. «Viviamo – scrive Corti – in un decennio che preferisce l'immediatezza alla lentezza, l'azione alla astrazione, la quantità alla qualità, la moda di una stagione all'eterno. Combattere contro i mulini a vento è insensato quanto controproducente. Il qualunquismo fotografico che porta la tecnologia spinge noi professionisti a prendere una via certo più difficile ma finalmente schiuderà tutte le infinite possibilità dell'immaginario. La “fotografia” resta comunque e sempre una forma di rappresentazione (Ghirri) e non un semplice sguardo sulla realtà. Forza e coraggio: è possibile ancora essere Cartier-Bresson con il videocellulare anziché con la Leica».

«Il telefonoreporter – è questo il neologismo coniato da Carlo Ferrara – non deve essere assolutamente un mezzo per poter recuperare immagini a basso costo da parte delle agenzie e dei giornali», non bisogna sfruttare l'inesperienza dei *citizen* che scattano foto di rilevanza giornalistica, bisogna anzi aiutarli stando attenti a redazioni ed agenzie.

Numerosi dei fotografi intervenuti nella discussione, non vedono nello sviluppo tecnologico a portata del pubblico una minaccia, bensì un'opportunità. Di fondo vi è la

consapevolezza che una macchina fotografica, che sia professionale o si tratti della microcamera di un telefonino poco importa, si limita ad acquisire una serie unica di immagini ed istanti irripetibili. La “qualità” del messaggio o la professionalità di chi ha fotografato non dipenderà dallo strumento utilizzato, ma dalla propria capacità di vedere e cogliere nelle inquadrature giuste, i momenti più significativi di un evento. La diffusione capillare di macchine fotografiche per un vasto pubblico non toglie nulla alla professionalità dei fotografi. Anzi, secondo Federico Grattoni, «riempiendo le case di fotoricordo di scarsa qualità» si è stimolata una crescita culturale nel mondo dell'immagine, tale maturazione «ha affinato nella gente le capacità di giudizio, ha sviluppato e stimolato quella benedetta professionalità e ne ha creato nuove figure. Ogni nuova opportunità di comunicazione, ogni nuovo mezzo ed ogni nuova modalità di gestione dello stesso, servono ad accrescere le capacità medie di valutazione di tutti noi, professionisti o comuni ignoranti, così da poterci aiutare a giudicare meglio i contenuti, realtà o illusioni che siano».

È doveroso fare una riflessione sull'universo di contenuti simbolici che il fotografo professionista spesso può trasmettere alla fotografia che scatta. Solitamente non si tratta di immagini casuali, il grande fotoreporter non solo mostra e racconta un avvenimento attraverso l'immagine che riprende, ma riesce ad aggiungere una serie di livelli di significato che arricchiscono il semplice documento di un valore aggiunto che, probabilmente, un'immagine ripresa dal telefonino non può dare. Per realizzare immagini di tale fattura, «i fotografi che utilizzano le tradizionali fotocamere – scrive Paolo Soriani – si attrezzano di strumenti diversi (ottiche, pellicole, formati, filtri) non perché la SOMMA di tutto questo faccia la bella immagine, ma perché è la SCELTA tra le mille possibilità che distingue un “fotografo” da un dilettante. Quest'ultimo, infatti, non vuole scegliere, ma avere solo una foto fatta bene; la sua scelta è tra foto giusta e foto sbagliata. Per lui dunque, massima semplicità e massima automazione (cosa dunque meglio di un oggetto in cui si può catturare un'immagine senza scegliere tra mille possibilità di errore?». Non si esclude però che la fotocamera del telefonino possa essere utilizzata da un artista per realizzare particolari immagini con uno stile che si arricchisce grazie alle limitazioni stesse del mezzo adoperato, trasformando il limite tecnico in espressività artistica. Tutto ciò,

però, presuppone una scelta consapevole e non casuale. Da sempre, l'avvento di innovazioni tecnologiche ha creato una schiera di sostenitori da una parte, ed una di oppositori dall'altra. Credo però di poter dire che, ora come ora, ancora non sussista una situazione tale per cui il fotografo possa sentire la propria professione – e professionalità – minacciata dall'esercito di *citizen journalists* armati di telefonini. E allora,

«non si tema – scrive Gianni Gazza – di promuovere a fotografo il signor Rossi in vacanza [...] Nessuna tecnologia può sostituire una professione. Ben venga che tutti possano mandare “il proprio punto di vista” al giornale. Dopotutto migliaia di lettere dei lettori vengono pubblicate tutti i giorni sui quotidiani ed i giornalisti non sentono la loro professione in pericolo. Sanno benissimo che non basta comprare la penna per diventare scrittori»²¹⁵.

4.3 L'immagine del misterioso Banksy catturata dal videofonino. Un caso di citizen journalism, con molti (legittimi) dubbi

Era il 31 Ottobre del 2007, quando le pagine dei principali quotidiani internazionali riportarono un interessante caso di citizen journalism. La notizia ruotava intorno ad una fotografia, scattata dal telefono cellulare di un passante, che ritraeva presumibilmente l'artista britannico conosciuto con il nome di “Banksy”.

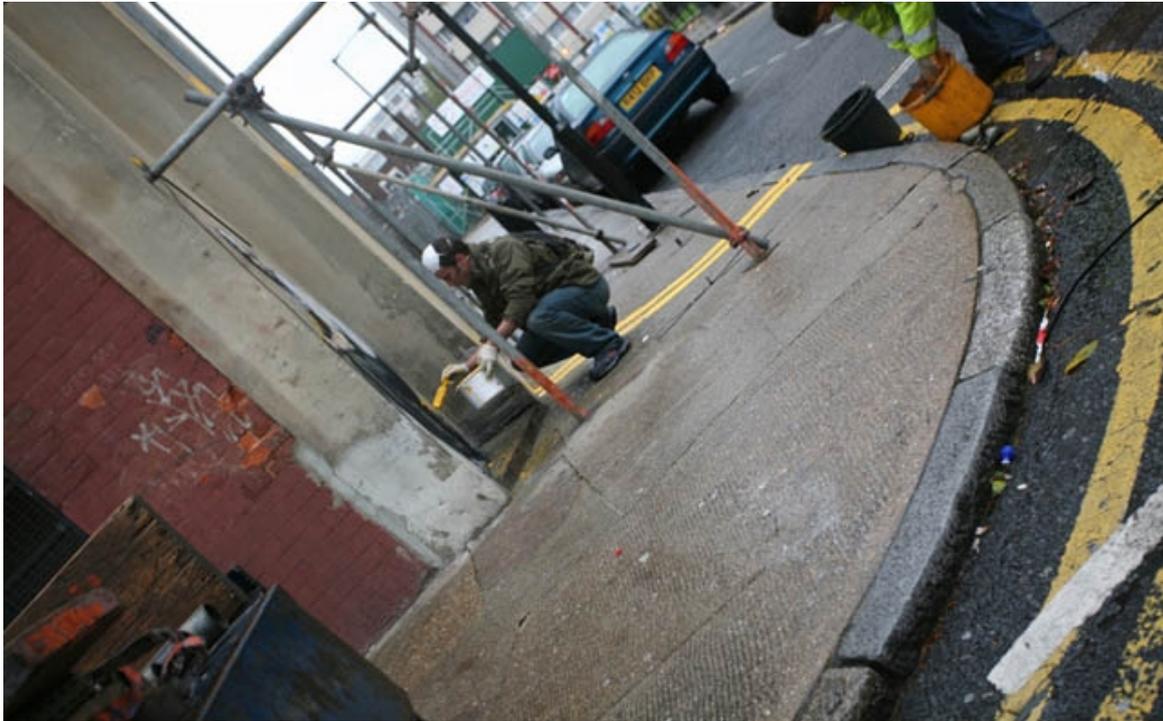
Banksy «è uno dei maggiori esponenti della street art. Le sue opere sono spesso a sfondo satirico e riguardano argomenti come la politica, la cultura e l'etica. I suoi graffiti, fatti con una tecnica di disegno distintiva e particolare, sono apparsi a Londra e in molte città del mondo»²¹⁶, viene considerato "il più grande artista vivente della Gran Bretagna", tanto celebre e quotato (decine di migliaia di sterline) quanto misterioso, visto che il suo volto è stato per molti anni sconosciuto. Gli articoli del fine Ottobre 2007, riportavano come notizia una foto dell'artista colto sul fatto grazie al videofonino di un passante, mentre era impegnato nella realizzazione di una delle sue opere, su un muro dell'East End londinese. Qualcuno comunicò la notizia con il beneficio del dubbio, molti altri la rilanciarono senza

215 Le opinioni dei fotografi citati in questo paragrafo sono tratte dall'interessante discussione su Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual, *Foto giornalistiche con telefonino*, Milano, [<http://www.fotografi.org/telefonini.htm>] (consultato il 10 febbraio 2009)

216 Dalla voce “Banksy” su [<http://it.wikipedia.org/wiki/Banksy>] (consultato il 13 febbraio 2009)

mettere in discussione l'autenticità di quello che è comunque un interessante caso di citizen journalism, ovvero una fotonotizia-scoop colta e diffusa da un "cittadino della strada", e non un professionista dell'informazione.

Ne parlano, fra gli altri, «la Repubblica», la rivista «Time», il quotidiano «Times» di Londra, che correda il pezzo con una galleria delle opere dell'artista.



La foto che ritraeva il presunto artista Banksy all'opera, fu pubblicata il 31 Ottobre 2007 sui principali giornali

Sebbene la notizia non fosse verificata, e si trattasse probabilmente di un falso o di un'immagine costruita ad hoc, l'aspetto più interessante per quanto riguarda il nostro punto di vista è un altro: si tratta della considerazione secondo la quale un evento del genere, ripreso dall'obiettivo di un "comune cittadino" e che le testate considerano di rilevanza giornalistica, riesce ad occupare le pagine dei principali quotidiani del mondo. L'eco che la notizia ha avuto nel mondo dell'informazione è dovuta principalmente al "calibro" dell'artista, uno dei più famosi sulla scena internazionale, tra i cui fan ci sono ormai star di Hollywood come Angelina Jolie e Brad Pitt, e con quotazioni per alcune sue opere di centinaia di migliaia di sterline, ma anche al mistero che ruota attorno alla sua figura (perfino il suo manager dichiarava di non averlo mai visto), tanto che Alex Altman è arrivato a scrivere sul «Time»: *«For fans of underground art and more than a few mainstream collectors, snapping Banksy would be like bagging the Loch Ness monster — and there are similar questions as to whether the photo is real»*²¹⁷, paragonando Banksy ad un altro celebre "mistero" britannico.

Oggi possiamo dire che il ragazzo fotografato dal videofonino per le strade di Londra non era Banksy. Infatti, un anno dopo, il giornale britannico «Mail On Sunday» sembra aver scoperto che il "vero" Banksy si chiama Robin Gunningham, ed è un uomo di 34 anni, nato a Yale, di cui esisterebbe solo una fotografia scattata in Jamaica circa quattro anni fa. Che anche questa sia una "bufala"? Non possiamo saperlo.

Resta il fatto che il caso delle foto scattate a questo famoso artista contemporaneo ci pone nelle condizioni di identificare alcuni punti di forza ed altri di debolezza connessi al citizen journalism nella società digitalizzata. Se da una parte lo strumento del *web* consente di diffondere in brevissimo tempo e su scala mondiale informazioni e fotografie provenienti dal *citizen*, dall'altro aumentano gli episodi di falsificazione delle notizie e si amplificano le difficoltà riguardanti la loro verificabilità.

217 Altman Alex, 2007, *Banksy Unmasked? A Graffiti Mystery*, TIME Magazine, [www.time.com]

4.4 Il “Polling Place Photo Project”, un caso di fotogiornalismo partecipativo

Il “Polling Place Photo Project” è un interessante progetto di *citizen journalism* avviato nell'autunno del 2006 da Jay Rosen come una tappa dello sviluppo del giornalismo dei cittadini attraverso la documentazione dei luoghi e dei riti delle elezioni Usa. Potenziato sotto l'ombrello del «New York Times», ha l'obiettivo di realizzare “un grande archivio fotografico in cui condensare la ricchezza e la complessità del processo elettorale americano”. Il più prestigioso quotidiano statunitense l'ha accolto con l'intenzione di farne uno dei suoi vari strumenti di copertura dell'informazione sulle presidenziali, forse tra i più “veritieri”, perché disegna un panorama delle vicende politiche viste dal basso, dal comune cittadino.



L'iniziativa – che era stata ispirata da *LA Winterhouse Institute* e dal *Design Observer* in collaborazione con *AIGA*, *Design for Democracy* e *NewAssignment.Net* – era partita in occasione delle elezioni di mid-term del 7 novembre 2006, è stata ripresa e potenziata per coprire fino a novembre 2008 tutto l'arco delle elezioni “primarie” per la scelta dei candidati all'elezione della presidenza degli Stati Uniti, e successivamente si è rivelata protagonista dell'occhio del cittadino anche sui giorni che hanno portato all'elezione del nuovo presidente.

All'iniziativa è stato dedicato un sito web specifico²¹⁸, all'interno del quale si leggono le sue principali finalità: *“The Polling Place Photo Project was a nationwide experiment in citizen journalism that encouraged voters to capture, post and share photographs of primaries, caucuses and general elections. By documenting local voting experiences, participants contributed to an archive of photographs that capture the richness and complexity of voting in America”*. Il sito web invita i cittadini a scattare, pubblicare e condividere fotografie delle elezioni e delle tappe di avvicinamento. Le foto dei cittadini hanno lo scopo di documentare le esperienze di voto, soprattutto a livello locale, per poter conservare in un archivio la memoria della complessità del voto negli Stati Uniti. La piattaforma web consente tra l'altro di coordinare il lavoro di raccolta, classificazione e documentazione (un motore di ricerca interno consente di individuare le immagini che più ci interessano, all'interno dell'intero archivio, o suddivise per singoli stati). Interessanti, inoltre, le modalità del progetto, che si presenta open-source, con tutte le fotografie protette da una licenza Creative Commons²¹⁹.

L'iniziativa ha avuto un buon successo, consentendo di creare un'archivio fotografico delle elezioni con circa seimila immagini *“representing all 50 states as well as Americans voting abroad”*. Quest'esperimento di *citizen journalism* non si è fermato al web, ma avrà un seguito anche aldilà di pixel e byte, è stata infatti organizzata una mostra fotografica (6-18 Marzo 2009) con una selezione di oltre 200 immagini, tra le più significative, che arricchisce ulteriormente la bontà del progetto.

218 L'indirizzo del sito web del progetto è [<http://www.pollingplacephotoproject.org>]

219 Le licenze di tipo Creative Commons permettono a quanti detengono dei diritti di copyright di trasmettere alcuni di questi diritti al pubblico e di conservare gli altri, per mezzo di una varietà di schemi di licenze e di contratti che includono la destinazione di un bene privato al pubblico dominio o ai termini di licenza di contenuti aperti (open content). L'intenzione è quella di evitare i problemi che le attuali leggi sul copyright creano per la diffusione e la condivisione delle informazioni. Dalla voce “Creative Commons” su [http://it.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons] (consultato il 10 febbraio 2009)

5. Reporter senza regole

Il mondo dell'informazione ha bisogno di professionisti degni di questo nome, che agiscano cioè con professionalità, buon senso e spirito etico.

Succede sempre questo? Il reporter preparato e coscienzioso è la regola o l'eccezione?

Paolo Scandaletti nel volume *Come parla il potere*, individua i fattori che determinano la crisi del giornalista (del tutto equiparabile al fotogiornalista²²⁰) nel momento in cui, a causa di comportamenti patologici o scarsa preparazione, diventa autore di un prodotto che manca di attenzione deontologica e credibilità sociale.

«Purtroppo – scrive Scandaletti – permangono ancora molte scorie nell'esercizio pratico, quotidiano, della professione giornalistica. La prima è quella della *superficialità*, imprecisione, incompletezza e genericità; alle quali si cerca sovente rimedio lungo la tangente del clamore e dell'enfasi»²²¹.

Alla superficialità talvolta si accompagna lo spirito del *protagonismo*, che porta a comportamenti non del tutto rispettosi nei confronti delle persone coinvolte nell'evento che fa notizia, pur di emergere e fare carriera.

«C'è poi la *tentazione giustizialista*: le cronache – aggiungiamo le immagini – tagliate sui giudizi a priori e i titoli-sentenza; la pervicacia nel non ammettere gli errori, nell'eludere le doverose precisazioni e scuse».

Ed infine la tendenza ad evidenziare, quasi in via esclusiva, fatti gravi che fanno notizia perché trasmettono il dolore delle persone. Si tratta del «gusto quasi sadico di *fare spazio soltanto al male e al negativo*»²²². La vita non è solo questo, e anche una notizia che purtroppo riporta eventi tragici può essere confezionata nel rispetto delle persone coinvolte e del lettore a cui viene presentata. Nella scrittura, come nella fotografia, trasmettere un messaggio profondo con l'accortezza di non “sbattere sulla pagina” la morte e il dolore è un compito certamente più difficile, ma allo stesso tempo più

220 Lo ripetiamo ancora una volta, e non potremmo fare altrimenti visto che questa precisazione è di vitale importanza nella nostra indagine, la professione del giornalista e quella del fotogiornalista sono del tutto equiparabili dal punto di vista pratico, etico e deontologico, l'unica differenza sta nell'utilizzo delle parole o delle immagini nel racconto della notizia

221 Scandaletti Paolo, 2003, *Come parla il potere*, cit., p. 9

222 Ivi, p.10

meritevole e giusto.

Le “regole” del reporter vanno ricercate nel lavoro e nella prassi di tutti i giorni, non fanno dunque esclusivo riferimento ai codici deontologici e di comportamento di cui abbiamo parlato nel secondo capitolo. Il reporter deve essere al servizio del cittadino e del diritto generale ad essere informati.

I giornalisti, secondo Dario Antiseri²²³, devono assumere l'atteggiamento dello *scienziato-ricercatore*, che sottopone il proprio lavoro alla verifica dei fatti, piuttosto che quello dell'*ideologo*, che cerca di piegarli a sostegno della propria tesi.

Ma se è vero, come è vero, che il pubblico ha l'informazione che merita, finché i lettori saranno attratti da notizie presentate in modo sensazionalistico, talvolta volgare e violento, mi sembra alquanto difficile che gli operatori dell'informazione possano orientare il proprio servizio verso criteri di rispetto ed eticità. Vi deve essere una presa di coscienza, una consapevolezza comune, che consenta a tutti di compiere scelte di visione e presentazione del mondo che tengano fuori, boicottandole, tutte le esperienze di informazione distorta e per questo dannosa.

«I fatti vanno sempre riportati in modo obiettivo, in modo completo, con precisione, e in modo imparziale. Ogni notizia va attribuita ad una fonte, e una prassi corretta esige che le notizie siano separate, in modo chiaro, dai commenti. Questi sono principi universali»²²⁴.

5.1 Verso un tendenziale calo della professionalità

Le emergenze e le problematiche che riguardano l'apparato informativo pongono in essere importanti riflessioni riguardo la professionalità del “fare informazione”. Il fotoreporter è stato fra le figure maggiormente “abbandonate” dalla considerazione di impostare norme di comportamento che salvaguardino la professionalità.

Mimmo Carulli, intervenendo al convegno *La foto sul giornale*²²⁵, ha sottolineato, già dieci

223 Antiseri Dario, Santambrogio Giovanni (a cura di), 1999, *Giornali: l'informazione dov'è?*, Soveria Mannelli, Rubbettino

224 Ahtner Wolfgang, 2006, *Il reporter televisivo. Manuale pratico per un giornalismo credibile e di (buona) qualità*, Perugia, Morlacchi editore

225 Atti dal Convegno organizzato dalle associazioni *Fotografia & Informazione* e *Enzo Nocera* al Circolo della Stampa di Milano, il 27 maggio 1995

anni fa, come in Italia la consapevolezza di affrontare un discorso giuridico a tutela del lavoro dei fotogiornalisti sia venuta troppo tardi, in un momento in cui la situazione era già altamente deteriorata. «Provate ad immaginare – aggiungeva Carulli – cosa sarebbe la professione del giornalista senza i contratti collettivi, ma con i singoli che concordano autonomamente e individualmente il proprio rapporto di lavoro con l'editore. La concorrenza sarebbe spietata e per i più si risolverebbe in una corsa al ribasso, pur di ottenere un posto di lavoro. È proprio in questa situazione che si muovono i fotografi e le agenzie nei loro rapporti con le testate giornalistiche». Ed è in questo contesto che si inseriscono anche i *citizen journalists*, i quali possono ormai concorrere con i fotoreporter, e talvolta prevalere su questi grazie a posizioni di “vantaggio” dovute al venir meno del rispetto di regole deontologiche – scritte e non – e al mancato inserimento professionale con i costi che comporta (tasse, contratti, tempi e modalità).

Sulla base di questa situazione, per evitare il tendenziale calo della professionalità, è necessario considerare ulteriori parametri, oltre ai principi morali già discussi. Si tratta dei *valori* e delle *virtù*. «I primi, – scrive Papuzzi – che si distinguono fra *morali* e *non morali*, definiscono ciò che è bene e ciò che è male, mentre i principi ci aiutano a capire ciò che è giusto e ciò che è sbagliato, ma il confine fra valori e principi è così sottile che spesso, nella teoria, possono quasi coincidere». I valori non morali invece riguardano aspetti legati alla formazione del reporter: competenza, utilità, istruzione, esperienza. «Infine per virtù s'intendono le qualità che caratterizzano in senso positivo una persona, consentendogli di perseguire i principi etici: l'intraprendenza, il coraggio, la tenacia, la curiosità, lo spirito d'avventura, il senso della prudenza, e così via»²²⁶.

Non solo responsabilità dei fotografi però, ma anche mancanza di regole che possano disciplinare e confini entro i quali agire. Non vi sono regole per l'accesso alla professione, di conseguenza nessuna preparazione, se non quella dovuta all'esperienza, e, ultima ma non meno importante, nessuna sanzione.

È opportuno comunque spezzare una lancia a favore del fotoreporter che, nonostante sia riconosciuto come giornalista, non ha quasi mai la possibilità di intervenire nel processo di trasmissione della notizia (per quanto riguarda ad esempio impaginazione e didascalie),

226 Papuzzi Alberto, 2003, op. cit., p. 253

né tantomeno di proporre il tema su cui sviluppare un reportage. In tal modo, il controllo della verità dell'informazione è appannaggio di coloro che, non lavorando sul campo, possono commettere degli errori, sulle opere realizzate da altri professionisti.

In più, «il fotogiornalista oltre che dal diritto d'autore è protetto, quando svolge l'attività giornalistica, dalle leggi che regolano questa professione. Nonostante quanto stabilito dalle leggi vigenti ed in particolare dalla legge del diritto d'autore, nella stragrande maggioranza delle situazioni i diritti dei fotogiornalisti vengono violati attraverso una serie di comportamenti che si sostanziano soprattutto in questa fattispecie:

- mancata indicazione del nome della fotografia;
- pubblicazione ripetuta, anche a distanza di tempo, sullo stesso supporto, senza il consenso dell'autore;
- conservazione in archivi di proprietà di un editore di negativi e loro pubblicazione con la dicitura “foto d'archivio” oppure “archivio X”, ancora una volta senza l'indicazione del nome dell'autore;
- cessione da parte del primitivo acquirente delle foto a terzi, senza l'accordo dell'autore;
- modificazioni ed elaborazioni della fotografia effettuate senza l'accordo dell'autore»²²⁷.

Per evitare il tendenziale calo della professionalità, è necessario un intervento giuridico che assicuri i contenuti della professione. «Si tratta – scrive Abruzzo – di far comprendere al legislatore che il lavoro del fotogiornalista è il risultato di una professionalità di alto livello e di natura giornalistica», e sulla base di ciò, certo fa riflettere il dato secondo il quale, nei giornali italiani, siano davvero pochi i fotoreporter assunti con regolare contratto.

227 Abruzzo Franco in Carlotti Anna Lisa (a cura di), 2000, op. cit., pp. 6-7

6. Fotogiornalismo: una professione a rischio d'estinzione?

Il fotogiornalismo si trova oggi in un momento di crisi profonda e generalizzata. Questo tendenziale peggioramento, che si riscontra nell'attività dei professionisti dell'informazione per immagini, è diventato ormai argomento di discussione primario delle associazioni di settore, sia a livello nazionale che internazionale.

La sezione europea della Federazione internazionale dei giornalisti ha avviato di recente un importante progetto per chiedersi se il fotogiornalista è davvero una specie in via d'estinzione. Un triste interrogativo, ma purtroppo attuale e rilevante.

Alcuni primi riscontri si sono avuti nel dicembre del 2008 quando si è tenuto a Parigi un seminario per verificare gli esiti del percorso intrapreso. L'incontro del 13-14 dicembre 2008 ha visto anche la partecipazione di una rappresentanza italiana. Sono intervenuti per l'occasione Marina Cosi, delegata alla Commissione europea sul lavoro dei giornalisti *freelance*, e Amedeo Vergani, esperto nello specifico settore del fotogiornalismo. Entrambi si sono fatti portavoce della Fnsi (Federazione nazionale della stampa, il sindacato dei giornalisti italiani).

Fare il fotogiornalista oggi, vuol dire addentrarsi in un sistema lavorativo che si trova a fronteggiare una grave situazione di crisi. I campanelli d'allarme sono presenti ormai su tutti i fronti e sebbene non puntino tutti ad un epilogo tragico della situazione, suggeriscono certamente percorsi di radicale mutazione sia della specificità professionale sia per le garanzie di qualità dell'informazione visiva proposta ai lettori.

Gli aspetti sensibili della questione sono stati sottoposti ai Sindacati nazionali associati alla Federazione internazionale dei giornalisti sottoforma di questionario. Le risposte ricevute sono servite a delineare un quadro più preciso della situazione con le problematiche connesse. I temi affrontati sono stati:

- 1. l'organizzazione sindacale degli addetti al settore;*
- 2. la sicurezza sociale;*
- 3. le tariffe e le nuove realtà all'interno del regime della libera concorrenza;*
- 4. la libertà di esercizio della professione;*
- 5. e il rispetto del diritto d'autore.*

«La realtà italiana del settore, che pure versa in una situazione di deregolamentazione disastrosa, ha il vantaggio di possedere una serie di strumenti giuridici che, se applicati, potrebbero innalzare argini a tutela dei lettori e dunque, di riflesso anche a vantaggio di chi come giornalista informa attraverso le immagini»²²⁸.

Le tipicità del caso italiano, illustrate dai rappresentanti Fnsi in occasione dell'incontro parigino, sono determinate dalla particolare evoluzione che ha interessato il fotogiornalismo durante gli ultimi decenni.

In una nota della Fnsi si evidenziano i problemi principali della realtà nazionale:

- *una “storica” disattenzione nei confronti della figura del fotogiornalista da parte degli organismi (Sindacato, ma soprattutto Ordine) che governano la professione giornalistica in Italia;*
- *l'espulsione totale dagli staff redazionali dei fotogiornalisti garantiti da un contratto di lavoro, in particolare giornalistico (Cnlg Fnsi/Fieg);*
- *il blocco totale da almeno quindici anni delle tariffe pagate ai liberi professionisti.*

Il problema del blocco delle tariffe, conoscendo il tendenziale aumento del costo della vita, spiazza i fotografi in modo particolare. Questa decisione è determinata sia dalla volontà degli editori di spendere il meno possibile per l'acquisizione delle immagini, sia dalla copiosa offerta di «informazione visiva immessa sul mercato da una miriade di strutture commerciali di pura intermediazione (le cosiddette “agenzie fotografiche”) che, non finanziando la produzione delle immagini che vendono e traendo i loro profitti a percentuale rispetto al volume d'affari realizzato, basano la loro competitività nel libero mercato stabilendo tariffe che tengono in scarsissimo conto la positività, o meno, dei ritorni economici concreti che ne derivano ai fotoreporter che hanno realizzato e finanziato le produzioni da loro intermedie»²²⁹.

Questo circuito vizioso mina la sopravvivenza professionale dei fotografi, i quali sostengono dei costi che spesso non riescono a ricoprire con la sola vendita delle

228 Redazione LSDI, 2009, *Fotogiornalismo: una professione a rischio di estinzione?*, Libertà di Stampa Diritto all'Informazione, [www.lsd.it] (consultato l'8 gennaio 2009)

229 Ivi

fotografie, e danneggia la qualità professionale del prodotto.

Non sono questi i soli fattori che minano la sopravvivenza del racconto di notizie tramite le immagini, la lista che abbiamo precedentemente abbozzato, può essere “arricchita” con:

- *l'inconsistenza dei compensi (casi diffusissimi di circa 2 euro a foto pubblicata) pagati ai collaboratori scriventi che forniscono ai quotidiani anche le immagini correlate ai propri servizi;*
- *il fenomeno, determinato dalla sempre più grave crisi economica del settore, del frequentissimo ricorso da parte di larghe fasce di fotoreporter a forme di produzione fotogiornalistica finanziate, anziché con mezzi propri o dei giornali committenti, da entità totalmente estranee al giornalismo ma con forti interessi ad orientare il lavoro dei colleghi ai propri fini pubblicitari, propagandistici o comunque di natura contrastante con il diritto dei lettori ad una informazione libera da condizionamenti e da conflitti e commistioni di interessi;*
- *l'impossibilità di trarre tutti i benefici previsti dal diritto d'autore, causata dall'ambiguità del testo di legge laddove non distingue con chiarezza fra immagini giornalistiche e “fotografie semplici” (in quanto tali soggette, per esempio, a tutela solo per 20 anni per quanto riguarda lo sfruttamento dei diritti economici).*

Arne König, presidente della Federazione Europea dei giornalisti, si è dichiarato solidale con i colleghi fotogiornalisti ed ha assicurato una maggiore attenzione da riservare ai fotoreporter nelle scelte decisionali della politica sindacale portata avanti dalla Federazione Europea. «Le minacce che gravano sul fotogiornalismo – aggiunge il presidente – arrivano da tutte le parti:

- *il crollo dei prezzi di mercato, l'aumento senza precedenti della concorrenza dei fotografi amatoriali, il mancato rispetto del diritto d'autore, la disponibilità su Internet delle foto gratuite e infine le restrizioni e i divieti sempre più severi sia in merito alle foto scattate in pubblico e durante le manifestazioni pubbliche, sia per quelle prese per strada».*

«Il riconoscimento di contratti di lavoro e di compensi giusti – ha poi continuato Arne König – è essenziale per assicurare un avvenire al fotogiornalismo professionale. In un'epoca in cui il fotogiornalismo è di importanza fondamentale nel mondo dell'informazione, i fotogiornalisti si stanno invece confrontando con una crisi che mette in pericolo la loro stessa sopravvivenza»²³⁰.

Sintetizzando le osservazioni fin qui svolte, ci rendiamo conto che sono diverse, e di difficile risoluzione, le questioni sul piatto. Dalla tendenziale diminuzione dei prezzi di mercato al mancato rispetto del diritto d'autore, dalla presunta “concorrenza sleale” dei fotografi dilettanti alle restrizioni e i divieti. Per una migliore comprensione dei temi affrontati, è interessante seguire anche il dibattito intorno a questi problemi e l'apporto alla discussione dato dalle testimonianze dei diretti interessati. Nei commenti all'articolo *Fotogiornalismo: una professione a rischio di estinzione?*, che abbiamo citato in questo paragrafo, ritroviamo degli ulteriori spunti di riflessione che arricchiscono il dibattito. *Pippo Sanfilippo*, ad esempio, interviene dicendo che:

«La professione di fotogiornalista non è a rischio di estinzione. È già estinta. Solo così si può interpretare il lungo silenzio da parte degli addetti ai lavori. Io seguo diversi siti che si occupano di fotogiornalismo e recentemente ho letto su Poterefotografico.com un articolo che si domandava se quella dei fotogiornalisti era un'armata Brancaleone in quanto non c'era nessuna reazione da parte dei fotogiornalisti al tracollo della professione. Ora la risposta ce l'ho, non è un'armata Brancaleone, è un'armata inesistente. Peccato perché per almeno un paio di decenni l'Italia è stata la mecca del fotogiornalismo. Con giornali come “L'Europeo”, “Epoca”, “L'Espresso”, “Tempo Illustrato”, “l'Illustrazione Italiana” etc. Cambieranno le cose? Difficile a dirsi se gli editori non faranno qualcosa per rilanciare questa professione. Loro, gli editori, avrebbero tutto da guadagnarci, ma non lo sanno, e se lo sanno fanno finta di non saperlo. D'altronde anche i giornalisti non fanno nulla per i loro parenti più poveri, anzi, marmaldegiano».

Altri utenti, come *photos*, ritengono invece che i fotogiornalisti possano ancora lavorare con una certa tranquillità, sebbene bisogna essere consapevoli che «la qualità richiesta per essere pagati si è alzata perché le foto “normali” si trovano ovunque». Detto

230 Citato in Redazione LSDI, 2009, *Fotogiornalismo: una professione a rischio di estinzione?*, Libertà di Stampa Diritto all'Informazione, [www.lsdì.it] (consultato l'8 gennaio 2009)

ciò, comunque, non trova che la situazione in cui versa il fotogiornalismo sia così grave come si vorrebbe far credere. L'utente *FG* interviene nella discussione presentando il proprio punto di vista da fotoreporter *freelance*. A suo avviso il rischio della concorrenza esercitata dai fotografi amatoriali è del tutto improbabile e addirittura ridicolo. Inoltre, dopo aver difeso la scelta di intraprendere l'attività fotogiornalistica come *freelance* – dettata esclusivamente da ragioni di organizzazione del lavoro, e non a causa di una scarsa professionalità – ha evidenziato il rapporto spesso conflittuale che esiste nei confronti dei fotogiornalisti d'agenzia, «questi signori – scrive *FG* – che a volte vengono senza conoscere nulla di quello che staranno per fare, e quindi non sono in grado di documentarlo in maniera appropriata, vorrebbero impedire a quelli come me (anche pubblicisti) gli ingressi agli eventi “di richiamo”, magari di sport che seguiamo tutto l'anno e per cui ci viene riconosciuta da chi è nel settore, la professionalità che siamo in grado di fornire». Si evidenzia, da parte del professionista che lavora per conto di agenzie, una pretesa ad essere spettatore privilegiato, a danno del *freelance* o dell'amatore, in occasione di determinati eventi di rilevanza giornalistica, quando «quello che come al solito fa la differenza – incalza *FG* – è la QUALITÀ e chi lavora con qualità non ha alcuna paura dei fotografi amatoriali, [...] quando invece sono questi “grandi” fotografi di agenzia a fornire materiale non adeguato a prezzi da vergogna siamo TUTTI a rimetterci...». In contrasto con questo intervento, *Pippo Sanfilippo* torna a dire che non sempre sono i fotogiornalisti a decidere del proprio lavoro, ma sono proprio le agenzie ad avere il monopolio sul trattamento delle immagini. Le agenzie fotogiornalistiche – soprattutto i grandi colossi come Corbis e Getty Images, che gestiscono archivi da centinaia di migliaia di foto – «fanno contratti con le case editrici ed i giornali e si impegnano a fornire un certo numero di immagini ad un prezzo fisso. In queste forniture finiscono molte immagini professionali delle quali il fotografo non sa nulla circa il loro uso». Il fotogiornalista di professione può controllare solo marginalmente la commercializzazione delle proprie immagini, e deve spesso accontentarsi di un guadagno per ogni singola fotografia davvero irrisorio. A queste condizioni, la sopravvivenza del “mestiere” del fotogiornalista è messa a durissima prova.

Capitolo IV

Alluvione mediatica e bombardamento di immagini, democratizzazione della notizia o deriva patologica?

L'estrema facilità che hanno oggi le redazioni nel ricevere le informazioni, da parte *in primis* delle agenzie ma senza trascurare il *citizen journalism*, può aiutare i mass media a dirigersi verso un maggiore pluralismo dell'informazione. Infatti, l'abbondanza delle notizie ha la capacità di creare nuovi canali di informazione sempre più diversificati, quindi con *news values* più restrittivi e capaci di abbracciare i molteplici aspetti che costituiscono le società attuali. La grande quantità di apporti al circuito informativo, diventa così il modo più efficace per una proposizione continua di nuovi punti di vista e nuove interpretazioni. Se l'interattività dei nuovi media può dare la democrazia dal basso, la moltiplicazione delle fonti e dei canali può favorire il pluralismo e il diritto ad essere informati. Diritto che non vede il singolo solo come ricettore passivo, ma come attore attivo nel processo informativo. «L'abbondanza di notizie può aiutare la concorrenza cognitiva»²³¹ nei diversi media. Resta però attuale e rilevante il problema della verificabilità e del conseguente trattamento delle notizie. Se ciò risulta vero per le notizie scritte, lo è ancora di più per le fotografie giornalistiche. Bisogna infatti tener conto che «anche se [...] la macchina fotografica coglie effettivamente la realtà, e non si limita a interpretarla, le fotografie sono un'interpretazione del mondo esattamente quanto i quadri e i disegni»²³².

«Non possiamo – poi – dimenticare che la dimensione referenziale, cioè il rapporto tra la fotografia e la realtà rappresentata, e la forza veridittiva, nel senso di dire il vero anche se non è vero, possono essere usate per mentire, commentare, minacciare secondo modalità sostanzialmente autonome da quelle che hanno governato la realtà e la sua ripresa fotografica. Tanto l'uso – prosegue Bettetini – di una didascalia divergente dai fatti realmente rappresentati quanto l'utilizzo di immagini scattate in situazioni specifiche all'interno di un contesto radicalmente diverso, possono essere così facili strumenti di falsificazione e manipolazione della informazione»²³³.

231 Sorrentino Carlo, 2002, op. cit., p. 104

232 Sontag Susan, 2004, *Sulla fotografia – Realtà e immagine nella nostra società*, cit., p. 6

233 Bettetini Gianfranco in Carlotti Anna Lisa (a cura di), 2000, op. cit., p. 193

1. La società spettacolarizzata

..dal punto di vista etico, [...] credo sia giusto e doveroso interrogarsi sul limite al quale deve fermarsi non solo la macchina fotografica, ma prima ancora la nostra ansia di vedere e di mostrare.

Gianfranco Bettetini

La società delle rappresentazioni e non dei fatti. Potrebbe sintetizzarsi in queste poche parole la definizione di “società spettacolarizzata”, ovvero un nuovo modo di intendere la notizia e il fare informazione all'interno della macchina mediatica che coinvolge ogni giorno il comune cittadino. Non un società *dello spettacolo*, bensì una società che *diventa spettacolo*. Una società dove i processi si fanno in televisione, dove basta vedersi coinvolti in un'indagine per essere condannati colpevoli, dove l'informazione subisce una trasformazione genetica, diventando *infotainment*²³⁴ (informazione-intrattenimento).

«Nel mondo dominato dalla tecnologia, – scrive Debenedetti – il passato non fornisce più miti [...]. E neppure li fornisce il futuro, prefigurato da una playstation: la tecnologia è incapace di produrre senso. Ma una società senza fondamenti è una società spettacolarizzata. Il mondo moderno è mondo dell'immagine, visione di un senso non più intellegibile, non caratterizzato da una particolare raffigurazione del mondo, ma concepito come immagine, come cose che stanno come le vediamo: una cristallizzazione di ciò che crediamo essere il mondo»²³⁵.

234 *Infotainment* significa letteralmente informazione-spettacolo (oppure lo spettacolo dell'informazione). È un neologismo di matrice anglosassone e di ambito radio-televisivo nato dalla fusione delle parole *information* (informazione) ed *entertainment* (intrattenimento). L'*infotainment* ha origine dalla mescolanza di più generi per andare incontro all'instabile livello d'attenzione del pubblico. L'obiettivo è quello di fare spettacolo all'interno dei programmi che dovrebbero essere informativi.

235 Debenedetti Franco, 2008, *Non è colpa di Santoro se ormai il vero coincide con il bello*, «il Riformista» del 14 ottobre 2008, [www.francodebenedetti.it]

1.1 Caratteristiche e patologie del fenomeno

Il terzo millennio porta con sé l'affermarsi delle nuove tecnologie di comunicazione per via satellitare e telematica. La pervasività dei media si fa ancora più pressante grazie alla possibilità di informare e comunicare attraverso la televisione digitale e satellitare e per mezzo di internet. Le notizie, parole e immagini, giungono in tempo reale, in ogni parte del mondo, anche dalle (e nelle) zone più sperdute del pianeta.

Sono le dinamiche di una globalizzazione della comunicazione sempre più protagonista della società attuale. Tutti i lettori, i soggetti "consumatori" di notizie sono così a contatto, in tempo reale, con i "prodotti" del circuito informativo, che necessita di essere rinnovato continuamente, in un'inarrestabile vortice di concorrenza tra i vari mezzi di informazione.

La maggiore "concorrenza mediatica" determina l'elaborazione di strategie che portano a catturare la curiosità dello spettatore. Il confezionamento della notizia è sempre più ricco di "effetti speciali" e tecniche proprie dello spettacolo, si realizza l'exploit di quell'infotainment che mette i cittadini (lettori, ascoltatori, telespettatori) nella posizione di assistere ad una rappresentazione della realtà che supera la realtà stessa.

Laddove l'introduzione di internet porta ad una innovazione di portata storica nel modo di fare informazione, le tradizionali "finestre sul mondo" come televisione e stampa sono sempre più concentrate e gestite da gruppi di potere. A differenza dei media tradizionali, internet e l'accesso alla rete multimediale sono liberi, e ogni singolo individuo può diffondere le proprie idee e conoscere quelle altrui, sul circuito virtuale della rete.

Tuttavia, anche su internet, ed ultimamente sempre con maggiore interesse, si concentrano gli interventi dei *newsmakers* per catturare l'attenzione dei navigatori.

Si ricorre con sempre maggiore frequenza alla spettacolarizzazione comunicativa, soprattutto attraverso immagini e video.

La spettacolarizzazione della notizia è diventata una pratica di uso comune, e sembra indispensabile per attirare l'attenzione del "cliente" che sancisce con la propria presenza il successo o meno dell'iniziativa editoriale. «Accanto al cliente-consumatore, il sostegno è [...] fornito dagli sponsor, il cui interesse primario è avere il maggior numero di contatti attraverso il prodotto informativo, per modificare il comportamento del consumatore

verso l'utilizzo del proprio prodotto al fine di ottenerne un profitto»²³⁶.

È una logica esplicitamente commerciale, in cui la notizia, l'informazione e la comunicazione in genere, rappresentano la “merce” da vendere alla platea di potenziali consumatori. Il pubblico è visto come numero e non come soggetto titolare del diritto ad essere informato nella maniera più corretta, giusta e veritiera possibile.

«In una società spettacolarizzata, l'individuo atomizzato è disponibile per tutti i populismi: [...] quelli autoritari, protezionisti, xenofobi, quelli che predicano la fine del capitalismo a chi la spera per odio radicato e a chi ci si rassegna per debole fede. Ma nel mondo interamente spettacolarizzato assumono maggior valore le differenze, le eredità indebolite: tradizioni, convenzioni, senso del rischio, valore del merito; lo spessore e l'ampiezza della rete che connette le strutture materiali di produzione e di scambio»²³⁷.

2. Iper-rappresentazione del mondo

Quali concetti racchiude quella che possiamo definire come una iper-rappresentazione del mondo? In sintesi potremmo dire che la realtà descritta dalle immagini, spesso supera la realtà stessa. Noi visitiamo luoghi, veniamo a conoscenza di avvenimenti, lieti o catastrofici, attraverso le immagini, sia che esse siano fisse (fotografie) o in movimento (filmati). La nostra diventa una conoscenza mediata, che passa attraverso il filtro ideologico e la selezione degli operatori della notizia. Una dinamica di rappresentazione del reale che insegue giorno per giorno traguardi nuovi e nuove sfide.

«Un evento si definisce ormai esattamente come qualcosa che val la pena fotografare, – ma – è ancora l'ideologia (nel senso più vasto del termine) a determinare che cosa costituisca evento. Le fotografie sconvolgono nella misura in cui mostrano qualcosa di nuovo. Purtroppo si continua ad aumentare la posta, anche mediante la proliferazione stessa di queste immagini d'orrore».

Quindi iper-rappresentazione del mondo come raffigurazione di ciò che fa presa sul

236 Blangiardi Lorenzo, 2007, *L'informazione spettacolarizzata*, tesi di laurea, Firenze

237 Debenedetti Franco, 2008, *Non è colpa di Santoro se ormai il vero coincide con il bello*, «il Riformista» del 14 ottobre 2008, [www.francodebenedetti.it]

pubblico, rapisce l'attenzione e sconvolge. Ma ciò si traduce anche in quella enfaticizzazione degli aspetti negativi della società stessa, dei suoi estremi, delle situazioni paradossali, e meno di quelle reali, in barba ad ogni comportamento etico ed ogni regola deontologica.

2.1 Usi e abusi della fotografia giornalistica

Il Novecento è stato il secolo fotograficamente più rappresentato. A partire in particolare dai primi fotoreportage che possiamo definire *moderni*, quelli scattati durante la Guerra Civile Spagnola. Una delle icone senza dubbio più rappresentative di quel conflitto, e probabilmente del reportage di guerra del secolo appena trascorso è la fotografia che Robert Capa scattò al miliziano colpito a morte. La foto, impressa nell'immaginario di tutti, fermava l'attimo in cui un soldato dell'esercito repubblicano moriva di fronte all'obiettivo di Capa. L'autenticità di quella immagine ha suscitato molti dubbi, e noi ne abbiamo ampiamente discusso in alcuni passaggi dei capitoli precedenti.

Ora come ora possiamo affermare che la fotografia simbolo del conflitto civile spagnolo si trattava di un falso, se vogliamo affinare i nostri termini, possiamo dire che si trattava di una rappresentazione scenica ben riuscita. Capa avrebbe messo in scena, con l'aiuto di un soldato compiacente, uno dei molti episodi di cui era stato testimone in quei giorni.

Non fu l'unico falso storico del giornalismo fotografico, molti altri sono seguiti, ed alcuni gli sono preceduti²³⁸.

«Nessuna manipolazione della realtà – scrive Sergio Romano – è più pericolosa e inquietante del falso fotografico. Possiamo accettare che i pittori dipingano battaglie fantasiose e gli scultori idealizzino l'immagine delle persone ritratte. Ma non possiamo accettare che i fotografi falsifichino la realtà. È comprensibile. I primi ci chiedono di credere alla loro immaginazione, i secondi di credere al loro “obiettivo”. Dai primi attendiamo sentimenti lirici, epici o grida retoriche, dai secondi attendiamo un documento. Il falso fotografico è un inganno, una menzogna»²³⁹.

238 Vedi l'Appendice C dedicata ad alcuni dei più clamorosi falsi fotogiornalistici della storia

239 Romano Sergio, 1997, *Dal "miliziano morente" al tragico incidente di Lady Diana: usi e abusi dell'immagine nel giornalismo del '900 FOTO & TV Falsi obiettivi*, Torino, «La Stampa», 27 dicembre 1997, p. 19

Sergio Romano, nel suo interessante articolo, ci ricorda un altro episodio che, per certi versi, si può assimilare alla storia del miliziano di Capa. In una mostra fotografica del 1997 a Milano, dal titolo *Dalla ex Jugoslavia: immagini e parole* è ricordata anche l'esperienza di un soldato che sta per attraversare un campo insidiato dai cecchini nemici. Prima di proseguire la sua marcia, e rischiare la vita, il soldato si guarda attorno e intravede, nascosta dietro un cespuglio, la macchina fotografica di un fotoreporter. «Il fotografo ha capito che il soldato deve attraversare il campo e aspetta. Come Capa sessant'anni fa. Non vuole mettere in scena la realtà. Ma si è collocato al posto giusto nella speranza che il caso e la pazienza gli regalino un'“icona” della guerra bosniaca capace di rivaleggiare nelle redazioni dei giornali con quella del suo illustre predecessore. Ed ecco che risuonano, così dannatamente attuali, le parole di Susan Sontag: «fare una fotografia significa avere interesse per le cose quali sono, desiderare che lo status quo rimanga invariato (almeno per tutto il tempo necessario a cavarne una “buona” foto), essere complici di ciò che rende un soggetto interessante e degno di essere fotografato, compresa, se l'interesse consiste in questo, la sofferenza o la sventura di un'altra persona»²⁴⁰. Ora – incalza Romano – spetta a noi decidere. Siamo pronti ad accettare un falso verosimile, senza spargimento di sangue? O preferiamo la realtà, senza camuffamenti e infingimenti?»²⁴¹

Le immagini “false” che hanno fatto la storia del giornalismo fotografico sono tante, e forse molte di queste devono ancora essere “smascherate”. Cosa sta a significare questo discorso? Perché optare per una scelta *non vera*? Si tratta di una semplice volontà di lasciare alla memoria un “documento” di portata eccezionale, o si tratta forse di una corsa alla iper-rappresentazione della realtà? Ciò che vediamo nelle immagini è così “ben fatto” che non può non essere vero.

A questo punto Sergio Romano fa una distinzione davvero interessante della tipologia di immagini giornalistiche distorte. «Accanto ai falsi materiali – sottolinea lo scrittore – esistono le fotografie inutilmente vere, quelle rubate e, infine, quelle apparentemente vere ma ideologicamente false».

240 Sontag Susan, 2004, *Sulla fotografia – Realtà e immagine nella nostra società*, cit., p. 12

241 Romano Sergio, 1997, *Dal "miliziano morente" al tragico incidente di Lady Diana: usi e abusi dell'immagine nel giornalismo del '900 FOTO & TV Falsi obiettivi*, Torino, «La Stampa», 27 dicembre 1997, p. 19

Nella distinzione di Romano rientrerebbero nella categoria delle foto *inutilmente vere* quelle che riprendono Lady Diana, straziata e morente fra le lamiere della Mercedes nella quale ha vissuto gli ultimi attimi della sua esistenza. È *rubata* la foto di un uomo politico con un dito nel naso, gli occhi spenti, una smorfia, un ghigno, uno sbadiglio. A cavallo fra queste due categorie possiamo collocare le immagini scattate dal *team* di Fabrizio Corona ed utilizzate per ricattare i protagonisti di quelle foto, ritratti in momenti imbarazzanti o equivoci. Sono, infine, *ideologicamente false* le fotografie che vengono costruite isolando un determinato episodio ed escludendo o censura la cornice entro la quale si sta svolgendo quell'azione.

Non è difficile riscontrare episodi di rappresentazione distorta della realtà anche nel giornalismo televisivo. I telegiornali spesso fanno uso di pezzi di repertorio, ma non lo riportano chiaramente. E allora quelle scene che ci vengono mostrate e che dovrebbero raccontare un episodio da poco accaduto, magari sono state girate diversi mesi prima, o in tutt'altri contesti socio-politici.

Sebbene talvolta si tratti di scelte prettamente tecniche, dettate dai tempi dei servizi o dalla velocità con la quale devono essere diffuse le notizie, il risultato che ne consegue è quello di «una forte enfasi retorica, l'indebita accentuazione di un fatto a danno di altri».

Nell'ottica di una spettacolarizzazione della notizia, non sono mancati episodi in cui la televisione ha trasmesso le immagini di alcuni procedimenti giudiziari. Nulla in contrario se vengono rispettati criteri etici rispettosi per le parti in causa. È ciò che avviene negli Stati Uniti, un Paese in cui, però, le regole deontologiche imposte dai tribunali e adottate dalla televisione sono rigidamente stabilite e non spingono lo spettatore a prendere posizione sulla base di una sapiente regia “manipolatrice”. Le riprese sono, per così dire “asettiche”, e non danno adito a nessun tipo di fraintendimento.

Sergio Romano conclude affermando che «il giornalismo scritto ha molte colpe. Ma il giornalismo fotografico e televisivo può essere, grazie all'apparente realismo delle immagini, ancora più ingannevole e mistificatorio. Se compro un pacchetto di sigarette il fabbricante è tenuto a informarmi che sto nuocendo a me stesso. Se vado al supermercato e compro un barattolo di marmellata, l'etichetta mi dice con quali ingredienti è stata fatta. Ma se leggo un giornale o guardo la televisione non sempre, apparentemente, ho il diritto

di sapere chi ha scattato quella fotografia, a quando risalgono quelle immagini, in quali condizioni sono state riprese e che cosa accadeva in quel momento al di fuori del quadro»²⁴². È bene che anche l'informazione, scritta o visiva, riporti con una certa evidenza i rischi che il lettore può correre di fronte ad un racconto distorto, e gli accorgimenti pratici per evitarli.

2.2 Democratizzazione e legittimazione del digitale



Il 14 gennaio 2009, appare sul sito web www.change.gov (il portale di transizione della nuova squadra Obama-Biden che guiderà, nei prossimi anni, le sorti degli Stati Uniti), una foto che segna il passo verso una definitiva democratizzazione e legittimazione del digitale. Si tratta del ritratto ufficiale del neo-presidente statunitense Barack Obama ripreso dall'obiettivo del nuovo fotografo ufficiale della Casa Bianca, Pete Souza. «Sorriso appena accennato, occhi leggermente chiusi, cravatta con nodo impeccabile, Obama guarda dritto nell'obiettivo, ma sembra quasi stia

scrutando gli infiniti problemi che dovrà affrontare non appena si sarà insediato alla Casa Bianca». Il particolare che più ci colpisce, però, è una precisazione tecnica, «per la prima volta nella storia degli Stati Uniti, la fotografia ufficiale presidenziale del Presidente è stata scattata con una macchina fotografia digitale»²⁴³.

Perché parlo di *legittimazione* del digitale? La tecnica numerica non era già sdoganata? Sì e no. La fotografia ufficiale presidenziale non è un semplice “documento

242 *Ibidem*

243 Menietti Emanuele, 2009, *Cheese, Mr President! Obama in digitale*, [www.cattivamaestra.it]

d'identità" il quale esercita la sola funzione di attestare che la persona ritratta è il Presidente in persona, è piuttosto un patto di fiducia con i propri elettori, è un invito, rassicurante, alla trasparenza. È il segno tangibile di una rapporto con i propri sostenitori e l'intero popolo americano, basato sulla fiducia e la verità. Rappresenta quindi il documento per eccellenza, ed aver scelto la tecnica digitale per lo scatto è sintomo di un cambiamento nella società ormai ben avviato. Il digitale ha raggiunto qualitativamente le caratteristiche della tecnica analogica ed in più presenta numerosi vantaggi, soprattutto in termini di circolazione dell'immagine. Non solo il Presidente, ma anche la *First Lady* posa per il ritratto ufficiale che viene però diffuso oltre un mese dopo quello del marito. Il «Corriere della Sera» del 28 febbraio 2009 mostra una Michelle elegante che indossa un abito blu sbracciato, due fili di perle al collo e due orecchini sempre di perle. La posizione composta ma elastica, con una puntina di sensualità, la mano appoggiata sul tavolo che richiama l'attenzione sul mazzo di fiori bianchi (una svista a mio avviso il fiore che copre la mano) e lo sfondo della Blue Room che lascia intravedere il prezioso arredo stile impero e un ritratto di Thomas Jefferson. La fotografia è scattata dal fotografo Joyce N. Boghosian.

Un altro, interessante, esempio di consacrazione "qualitativa" della diffusione del digitale, si è realizzata nel Maggio del 2008, data in cui nasce «The Big Picture»²⁴⁴, il photoblog del quotidiano statunitense «Boston Globe».

Il progetto «The Big Picture», curato da Alain Taylor è un blog fotogiornalistico che si ispira alle storiche esperienze della rivista «Time», di «National Geographic» e ad altre iniziative online come le gallerie fotografiche di «MSNBC.com's Picture Stories» e «Brian Storm's MediaStorm». Lo scopo dichiarato di «The Big Picture» è quello di presentare, con tre reportage a settimana, immagini di grande formato e indiscutibile qualità, focalizzate su eventi di attualità e storie poco conosciute, con un occhio attento alle scoperte scientifiche, le esplorazioni spaziali e tutti i fatti che la redazione "ritiene interessanti".

Sulle pagine di «The Big Picture» si assiste ad una rivalutazione del reportage d'autore, che viene apprezzato dal pubblico ed il risultato di oltre un milione di contatti al giorno, e di post come "*The Inauguration of President Barack Obama*" con (ad oggi) 13.600

244 Per accedere al photoblog basta visitare la sezione immagini di [www.boston.com] o digitare l'indirizzo completo: [<http://www.boston.com/bigpicture>]

commenti, lo confermano pienamente.

La maggior parte delle foto viene da agenzie fotogiornalistiche e d'informazione quali *AP*, *Reuters* e *Getty Images*, che concedono la loro licenza d'uso al «Boston Globe». Altre foto sono invece tratte da fonti pubbliche come la NASA o da fotografi privati che condividono, una *tantum*, i propri lavori con il progetto online.

Le didascalie che accompagnano le fotografie sono decisamente esplicative ed arricchiscono il contenuto informativo delle immagini. Solitamente vengono direttamente dalle fonti che hanno fornito le immagini, mentre altre volte sono modificate, verificate e documentate dai responsabili del blog.

Sono davvero entusiasta d'aver scoperto, qualche mese fa, il photoblog del «Boston Globe», e spero che (come si augura lo stesso curatore Alain Taylor) possano sorgere nel web altre iniziative del genere. Assicurare la copertura di eventi d'attualità, scientifici o anche solo sportivi e ludici, puntando alla qualità, all'alta risoluzione e all'esclusività delle immagini, non può far altro che arricchire, sia in termini quantitativi che qualitativi, l'apprezzamento e la cultura del “vero” fotoreportage nell'era digitale.

3. Documenti distorti e fotomontaggio: falsi storici, tendenza e moda

Foto taroccate per "vendere" la guerra e Fotomontaggi di cronaca, sono solo due dei titoli giornalistici di alcune testate italiane che descrivono uno degli ennesimi episodi di contraffazione di immagini giornalistiche presentate al pubblico. La vicenda riguarda delle foto degli scontri avvenuti a Gaza nel all'inizio del 2009. «il Riformista» del 16 gennaio 2009 sottotitola: *Non bastano le immagini dei palazzi sventrati dalle bombe. Con la grafica si aggiungono elicotteri e missili. Il quotidiano sbaglia due volte e ammette l'errore: «L'effetto è da realtà virtuale».* Un nuvola di fumo alla Reuters costò un posto. E questo la dice lunga sullo stato di informazione nel nostro Paese. Il fotogiornalismo, ancora una volta, non solo è visto come un elemento “di contorno” che serve solo ad “abbellire” la pagina con immagini ad effetto, ma se queste immagini non sono poi così d'impatto allora interviene la grafica per confezionarle adeguatamente.

Il riferimento sono due immagini degli scontri di Gaza che il quotidiano «il Giornale» ha pubblicato nel giro di una settimana, entrambe fortemente ritoccate.

Il 30 dicembre per il quarto giorno consecutivo gli aerei israeliani bombardano le postazioni di Hamas nella Striscia di Gaza distruggendo un complesso di edifici governativi. La foto di un palazzo di otto piani sventrato dalle bombe finisce sulle agenzie internazionali del giorno dopo: per strada tre uomini del pronto soccorso camminano sul pavimento delle macerie con l'aria di chi nella notte ha scampato il pericolo.

Il giorno dopo «il Giornale» pubblica la foto, ne aumenta le dimensioni, mettendola tra due pagine e sostituisce la luce tenue che sorge dal basso alle spalle della scena con un blu scuro e cupo. Nel cielo compaiono “magicamente” un elicottero da guerra che si alza sopra il palazzo distrutto e la scia di un missile che si stacca dal tetto dell'edificio per prendere la direzione opposta.

La foto originale è dell'agenzia Associated Press, ed è stata scattata dal fotografo Khalil Hamra.



fonte: «il Giornale», 31 dicembre 2008, pp. 8-9

didascalia: Bersagli. Per il quarto giorno consecutivo ieri gli aerei israeliani hanno bombardato le installazioni di Hamas nella Striscia di Gaza, distruggendo un complesso di edifici governativi e la casa di un comandante del gruppo, mentre i carri armati israeliani, ammassati alla frontiera, sono in attesa di un segnale per l'attacco via terra, che per ora sembra escluso. Intanto sono ripresi anche i lanci di razzi dalla Striscia verso Israele.

Uno ieri è caduto a Beersheva in un campo di giochi per bambini senza provocare feriti.

Molte persone che si trovavano nei dintorni dell'esplosione sono però rimaste sotto choc. Beersheva è la città principale del distretto di Neghev, nel sud di Israele, ed è la settima città dello Stato ebraico.

firma: fotografia/e non firmata/e

Il secondo episodio riguarda una foto pubblicata solo qualche giorno dopo. Sono cominciate le operazioni di terra e la fanteria israeliana si schiera all'alba lungo il confine della Striscia di Gaza. Un soldato è ripreso mentre è sdraiato per terra con il peso del suo

equipaggiamento che lo schiaccia sul terreno, e il mitra che si allunga verso la recinzione poco distante.

«L'effetto è da realtà virtuale» ammette Angelo Allegri, responsabile degli esteri de «il Giornale». La manipolazione dell'immagine però è grave e non basta un'ammissione del genere da parte del quotidiano. Il fotomontaggio è stato studiato ad hoc ed è finalizzato a veicolare un messaggio ben preciso, il quotidiano da dimostrazione di schierarsi a favore di una delle due parti in lotta, e non lo nasconde, lo enfatizza.



fonte: Il Giornale, 5 gennaio 2009, pagine 2 e 3

didascalia: I militari entrano in città. Nel secondo giorno delle operazioni di terra nella Striscia, l'esercito israeliano è entrato nella città di Gaza attaccando con i carriarmati supportati dall'aviazione (nella foto a sinistra). Intensi i bombardamenti e gli attacchi di terra nel nord, dove le truppe hanno occupato ampie porzioni di territorio, considerato base di lancio privilegiata dei razzi Qassam. Lo scopo dichiarato da Gerusalemme è quello di cancellare le basi di Hamas. Violenti combattimenti tra militari di Tsahal e militanti islamici sono andati avanti fino a tarda serata dentro la città e in periferia. Nel mirino è finita anche un'area commerciale molto frequentata nel centro cittadino.

firma: fotografia/e non firmata/e

Tutte operazioni che vanno a discapito del corretto funzionamento dell'informazione e comportamento ancor più deprecabile dato che l'agenzia AP, proprietaria delle immagini, dichiara che *“il contratto che i giornali firmano prevede l'immodificabilità delle immagini, a garanzia del codice etico che l'agenzia si è dato e che si impegna a rispettare”*.

Fotografia&Informazione sottolinea come l'operazione sia stata compiuta tentando di camuffarla con didascalie descrittive ma fuorvianti, e denuncia ancora una volta «la diffusa brutta abitudine dei giornali italiani di non citare fonti, crediti, autori e di alterare o

ignorare le didascalie facilita la considerazione che si tratti di operazioni in qualche modo lecite».

Cosa succede ai redattori de «il Giornale» a parte la “tirata d'orecchi”? Assolutamente nulla! Nel 2006, la *Reuters* pubblicò una foto ritoccata di Beirut, dopo un bombardamento israeliano. All'immagine originale con i palazzi in fiamme venne aggiunto più fumo. Ad accorgersi della strana simmetria delle nuvole di fumo ci pensarono i blogger. La Reuters ritirò la foto, scusandosi e sostituendola. Pur negando di essere intervenuto deliberatamente, ma ammettendo solo di aver cercato maggiore chiarezza nell'esposizione, il fotografo freelance libanese Adnan Hajj venne licenziato. Nel 2003 Il fotografo Brian Walski, inviato di lunga data del «Los Angeles Times», venne licenziato in Iraq per una foto manipolata finita in prima pagina. Alcuni soggetti nelle sue immagini comparivano due volte, Walski aveva manipolato due foto per ottenerne una terza. Ma qual è il confine tra “lecito” e “illecito”? Quale quello tra riproduzione della realtà e falsificazione? Tra fotogiornalismo e arte? È difficile stabilirlo.

Nel 2006 Patrick Schneider, fotografo del «Charlotte Observer», quotidiano del North Carolina, viene licenziato per aver alterato i colori di un'immagine. La foto “incriminata” immortalava un vigile del fuoco all'opera, e sullo sfondo un cielo color arancio e sole splendente. Cielo che nella foto originale era però grigio e scuro.

Già nel 2003 Schneider era stato sanzionato per simili alterazioni su tre foto, subendo dal giornale tre giorni non retribuiti e dal North Carolina Press Photographers Association il ritiro di tre premi consegnatigli. Nella nota dell'editore del giornale Rick Thames si trova la spiegazione della scelta: «*Abbiamo delle regole di policy, perché il giornalismo non può essere una forma originale d'arte, a meno che non sia definito come tale*»²⁴⁵.

Sono d'accordo in parte con la scelta del licenziamento di Schneider, quella del «Charlotte Observer» è una presa di posizione forse un po' troppo netta, ma che deve far riflettere i giornalisti e i photoeditor italiani, e non solo. L'applicazione di regole di comportamento, anche severe, si rivela necessaria per mettere i paletti ad un'informazione che con il digitale diventa sempre più veloce e suscettibile di modificazioni patologiche.

245 Citato in Santoni Simona, 2006, *Foto digitale e ritocchi: quando parlare di manipolazione dell'informazione?*, Panorama, [mytech.it]

4. La "pornografia del dolore" e i cadaveri "quotati"

«Non fotografare gli straccioni, i senza lavoro, gli affamati. Non fotografare le prostitute, i mendicanti sui gradini delle chiese, i pensionati sulle panchine solitarie che aspettano la morte come un treno nella notte. Non fotografare i negri umiliati, i giovani vittime della droga, gli alcolizzati che dormono i loro orribili sogni. La società gli ha già preso tutto, non prendergli anche la fotografia. Non fotografare chi ha le manette ai polsi, quelli messi con le spalle al muro, quelli con le braccia alzate, perché non possono respingerti. Non fotografare il suicida, l'omicida e la sua vittima. Non fotografare l'imputato dietro le sbarre, chi entra o esce di prigione, il condannato che va verso il patibolo. Hanno già sopportato la condanna, non aggiungere la tua. Non fotografare il malato di mente, il paralitico, i gobbi e gli storpi. Lascia in pace chi arranca con le stampelle e chi si ostina a salutare militarmente con l'eroico moncherino. Non ritrarre un uomo, solo perché la sua testa è troppo grossa, o troppo piccola, o in qualche modo deforme. Non perseguitare con il flash la ragazza sfigurata dall'incidente, la vecchia mascherata dalle rughe, l'attrice imbruttita dal tempo. Per loro gli specchi sono un incubo, non aggiungervi le tue fotografie. Non fotografare gli annegati, i corpi carbonizzati, gli schiantati dai sismi, i dilaniati dalle esplosioni: non renderti responsabile della loro ultima immagine che li farebbe inorridire se ancora potessero vederla. Non fotografare la madre dell'assassino e nemmeno quella della vittima. Non fotografare i figli di chi ha ucciso l'amante, e nemmeno gli orfani dell'amante. Non fotografare chi subì ingiuria: la ragazza violentata, il bambino percosso. Le peggiori infamie fotografiche si commettono in nome del "diritto all'informazione". Se è davvero l'umana solidarietà quella che ti conduce a visitare l'ospizio dei vecchi, il manicomio, il carcere, provalo lasciando a casa la macchina fotografica. Come giudicheremmo un pittore con pennelli, tavolozza e cavalletto che per fare un bel quadro sta davanti la gabbia del condannato all'ergastolo, all'impiccato che dondola, alla puttana che trema di freddo, ad un corpo lacerato che affiora dalle rovine?

Perché presumi che la borsa di accessori, la macchina appesa al collo e un flash sparato in faccia possano giustificarti?»²⁴⁶

Il bollettino diffuso da Foto/gram al Salone Internazionale Cine Foto Ottica e Audiovisivi di Milano del 1979, rappresenta ancora oggi un documento di rilevante importanza, ma purtroppo resta spesso completamente disatteso. Sia oggi che in passato, sono la violenza,

246 Da un bollettino diffuso da Foto/gram al Sicof (sigla di Salone Internazionale Cine Foto Ottica e Audiovisivi) del 1979

il terrore e la morte a fare notizia, e il lavoro di giornalisti e redazioni, in barba ad ogni comportamento etico, ha seguito con ostinazione questo orientamento.

Il mercato della notizia, e da qualche anno anche quello dell'arte, ha cavalcato la tendenza con una certa insistenza, determinando di fatto "gusti" e valutazioni dei lettori. Le prime pagine si confezionano intorno alle immagini più dure, le copertine dei periodici fanno della fotografia il proprio *packaging*: è lo strumento che servirà loro per attirare l'attenzione del cittadino e vendere un maggior numero di copie. E se la fotografia mostra la starlette dello spettacolo o – indifferentemente – l'ultimo ucciso in guerra, il successo è assicurato.

Parlando di questi aspetti, una riflessione sulla quale ritengo interessante soffermarsi per qualche riga, riguarda il caso di alcune foto scattate dal fotogiornalista dell'agenzia «Magnum» Paolo Pellegrin. Sono fotografie che, alla stregua di opere artistiche, sono state messe in vendita attraverso circuiti di gallerie d'arte. Ben venga l'incontro decisivo fra la fotografia e l'arte, ma vale lo stesso se quella foto è foto giornalistica? Il fotoreporter giornalista, attraverso i propri scatti deve solo documentare o le immagini che riprende possono diventare anche opere d'arte? Restringiamo il campo di discussione, possono le immagini di persone ferite, morenti o cadaveri, considerarsi opere d'arte?

Il dibattito intorno alla questione è stato acceso, fra i professionisti e gli appassionati di fotografia. Sandro Iovine sul suo blog scrive alcuni articoli su Paolo Pellegrin e la vicenda. In *Quanto vale un cadavere in galleria?* del Novembre 2007 riporta le quotazioni che la galleria d'arte CVZ Contemporary, con sede a New York, ha attribuito alle fotografie di Pellegrin esposte. Le quotazioni oscillano da un minimo di 1.800 dollari ad un massimo di 12.500 dollari.

Iovine non manca di notare come la valutazione dell'immagine rispetti sostanzialmente due parametri. Il primo riguarda la dimensione della stampa (la tiratura non viene indicata), giustamente stampe a dimensione maggiore sono tendenzialmente meglio quotate. Il secondo sembra essere la violenza. Proprio così, all'aumentare della crudezza delle immagini riprese corrisponderebbe un prezzo maggiore.



L'emergenza riferita a questi esempi, non sta tanto nella valutazione da parte del fotografo della presenza o meno di cadaveri nelle proprie foto, quanto piuttosto nello «scarto di significato che assume un'immagine di *fotogiornalismo* quando viene decontestualizzata e portata in una galleria d'arte, dove appunto se ne perdono i connotati originari per una mercificazione che sembrerebbe proprio mirata a stimolare il peggiore dei *voyerismi*». Un atteggiamento di cui non si deve reputare responsabile l'autore, ma il gallerista-curatore della mostra. «All'autore – aggiunge Iovine – semmai si può imputare la *responsabilità etica* di aver accettato la trasformazione d'uso, per così dire, delle proprie immagini rispetto alle motivazioni per cui erano state concepite. Motivazioni all'interno delle quali la presenza di determinati soggetti assume una collocazione *etica* decisamente più accettabile»²⁴⁷.

Resta da valutare se delle foto giornalistiche (nella fattispecie fotografie di guerra) possano assurgere, nello stesso momento in cui testimoniano la tragedia della morte, ad un ruolo di natura artistica. Sento di esprimere il mio dissenso, soprattutto se quell'immagine viene decontestualizzata dalla cornice che le dà il senso per cui è stata scattata, che le conferisce i tratti distintivi del documento storico. Non riesco ad immaginare la foto di un mio caro, amico o familiare che sia, fare “bella mostra di sé” nel salotto di un facoltoso compratore, proprio non ce la faccio.

Sono tuttavia convinto che il fotoreporter, specie di guerra, debba essere pronto ad

247 Iovine Sandro, 2007, *Quanto vale un cadavere in galleria?*, «Fotografia: Parliamone!», [sandroiovine.blogspot.com]

affrontare le situazione che gli si presentano davanti agli occhi, anche fotografare il povero uomo-donna-bambino morente; il fotogiornalista non è un medico, difficilmente potrà salvare delle vite in territori sensibili, deve fotografare, ma deve farlo con il rispetto che la posizione di testimone privilegiato dei fatti gli impone. Deve farlo cercando di dare anche ad un corpo dilaniato la dignità che i fatti della vita gli hanno tolto. «Non accettiamo che immagini di sofferenza nate per documentare, informare di cosa stava accadendo in un determinato luogo chi in quel luogo non poteva recarsi, finiscano per diventare oggetto di *mercimonio para artistico*. Soprattutto se in esse è raffigurata la sofferenza di qualcuno»²⁴⁸. La fotografia non deve essere merce e non può essere valutata “a peso”.

«Quando svolgo il mio lavoro e sono esposto alle sofferenze degli altri – le loro perdite, e a volte la loro morte – sento di servire da testimone, percepisco che il mio ruolo è quello di creare dei documenti per la nostra memoria collettiva. Parte di questo, credo, ha a che fare con l'idea di responsabilità. Forse è soltanto nel momento della loro sofferenza che queste persone verranno notate, e notarle elimina ogni possibilità di dire un giorno che non sapevamo. Ma sento che in questo delicato e fragile spazio che circonda la morte – lo spazio in cui a volte ho il privilegio, e l'onore, di entrare – esiste la possibilità di un incontro con l'altro che va aldilà delle parole, delle culture, delle differenze. Si tratta di esporsi per un momento l'uno di fronte all'altro, e di fronte all'atto e al mistero di morire. In quell'istante sento che sto guardando qualche cosa che non posso vedere completamente, ma che sta guardando me. In questo scambio è possibile trovare qualcosa che è al tempo stesso universale e profondamente intimo. La morte dell'altro è una perdita che appartiene a tutti.»

Paolo Pellegrin

248 Iovine Sandro, 2009, *Cose... strane dal mondo (della fotografia)*, «Fotografia: Parliamone!», [sandroiovine.blogspot.com]

4.1 Kevin Carter, dal Premio Pulitzer al suicidio



Kevin Carter (1960-1994) - La foto vincitrice del Premio Pulitzer 1993

La storia di Kevin Carter, fotografo sudafricano, è una storia dai confini incerti, ma dal finale tragico. Il fotografo si suicidò tre mesi dopo aver vinto il premio Pulitzer grazie a questo scatto. Il perché dell'insano gesto? Secondo alcuni era già da tempo depresso, faceva uso di droghe e soffriva per la morte di un suo caro amico – e collega – ucciso dalla polizia di Johannesburg. Molti altri, forse a ragione, pensano invece che era troppo forte il rimorso di aver scattato la fotografia, e dell'essere stato premiato per questo, da non sopportarne il dolore e quindi decidere di suicidarsi.

Cerchiamo di ricostruire l'accaduto e fare le nostre considerazioni sull'aspetto che più ci interessa in questa sede, l'etica dell'immagine e per esteso del fotoreporter.

La foto venne scattata nel marzo 1993 e riprende una bambina sudanese rannicchiata a terra con, accanto, un famelico avvoltoio che attende il momento di consumare il proprio pasto. Nel maggio 1994 questa drammatica fotografia venne premiata con il Premio Pulitzer. Nel luglio 1994 Kevin Carter muore suicida.

Cosa c'è in mezzo a queste date? Cosa succede nei giorni che seguirono lo scatto di quell'immagine e dopo che Carter riceve il premio Pulitzer?

Il giorno in cui scattò quella fotografia²⁴⁹, Carter si trovò di fronte un'immagine spaventosa, una scena troppo difficile da affrontare; il dolore di una bambina sudanese denutrita e abbandonata, che stava per morire, e a pochi passi un avvoltoio appostato che ha fiutato la morte ed aspetta che questa sopraggiunga.

Carter in alcune interviste successive allo scatto ha ammesso d'aver atteso che l'avvoltoio aprisse le ali, ma visto che ciò non succedeva, fotografò ugualmente.

Ricevette molte pesanti critiche per non essere intervenuto ad aiutare la bambina, ed in molte interviste gli è stato chiesto che fine avesse fatto la bambina, il perché non l'avesse aiutata anziché fotografare, ma lui non ha mai risposto, o se lo ha fatto è stato in modo evasivo. Andy McNab, nel suo libro *Buio profondo* racconta: «il problema di Kevin era non poter dire al mondo se quella ragazzina era sopravvissuta o no. Era sincero su questo. Ammetteva di essere rimasto venti minuti in attesa che l'avvoltoio aprisse le ali. Non le aprì ma lui aveva scattato lo stesso e poi era rimasto seduto sotto un albero a piangere e parlare con Dio, a pensare a sua figlia. [...] La ragazzina divenne il suo incubo. [...] Non era giusto attaccarlo. [...] Il fatto è che quei benpensanti di periferia hanno visto una sola bambina. Kevin era in mezzo alla carestia e quella bambina era una delle centinaia che aveva visto morire quel giorno. Se non avesse scattato la foto neppure uno di quegli stronzi di casa nostra avrebbe mai saputo dove si trova il Sudan»²⁵⁰.

Fosse etico o meno scattare in quel momento – come avvenne per la foto della piccola bambina vietnamita Kim Phuc –, Carter aveva consegnato alla memoria collettiva una fotografia che sarebbe diventata un'icona mondiale della terribile situazione del Sudan e dell'Africa in generale, più volte devastata da carestie, malattie e guerre.

Resta da chiedersi cosa ha spinto Carter a fotografare, se la sua è stata la scelta più “giusta”. Il giovane fotografo sudafricano aveva già dato una risposta a questa domanda quando, a metà degli anni Ottanta, aveva assistito e fotografato la brutale esecuzione di un uomo, bruciato vivo. Carter in quell'occasione disse: «ero inorridito da ciò che stavano facendo. Ero inorridito da ciò che io stavo facendo. Ma poi la gente cominciò a parlare di quelle immagini... ed io ho pensato che forse la mia azione non era stata del tutto

249 La foto fu pubblicata per la prima volta sul «New York Times» del 26 marzo 1993

250 McNab Andy, 2006, *Buio profondo*, trad. it. di I. Ragazzi e S. Tettamanti, Milano, Longanesi

sbagliata. Essere testimone di qualcosa di così orribile non era necessariamente una cattiva cosa», poteva servire a far emergere il problema nell'opinione pubblica. Questa dichiarazione richiama immediatamente le parole di un altro famoso fotoreporter James Nachtwey: «sono stato un testimone e queste fotografie sono la mia testimonianza. Gli eventi che ho registrato non dovrebbero essere dimenticati e non devono essere ripetuti». Per entrambi i fotografi vi è alla base della propria attività fotogiornalistica la volontà di testimoniare ad un vasto pubblico, alcuni gravi fenomeni, perché possano essere conosciuti da tutti e quindi possibilmente ricordati, e non ripetuti.

Secondo Susan Sontag il fotografo vive una condizione simile a quella del turista che s'immerge in una realtà, anche dolorosa, con la consapevolezza di poterne uscire in qualsiasi momento, c'è un confine rassicurante che si può sempre attraversare tra "l'io" che osserva e "loro" che soffrono, una condizione di privilegio esistenziale che fa venire i brividi, per altri il fotoreporter una persona fredda, insensibile, che guarda gli esseri umani con distacco, senza una vera empatia con la realtà che sta documentando, nel fotoreporter la professionalità supererebbe di molto l'umanità del suo sguardo.

Con questo modo di fare «il fotografo saccheggia e insieme conserva, denuncia e insieme consacra»²⁵¹.

Ancora ci domandiamo, cosa fece Carter dopo aver scattato la foto? Scacciò l'avvoltoio? Soccorse la bambina, oppure no? Se la causa della sua morte era proprio quella fotografia, Carter si uccise davvero perché era oppresso dal rimorso? Oppure perché aveva assistito impotente a qualcosa che era troppo grande e grave da sopportare? Si sentiva in colpa per quello che lui aveva fatto o per essere in quel momento il simbolo del mondo che, da fotoreporter, rappresentava? Forse, più semplicemente, Carter non era riuscito ad obbedire a quella regola etica, non scritta, che gli avrebbe imposto di non scattare affatto e salvare la bambina.

Probabilmente anche Carter fu vittima di un processo, una manipolazione che non meritava. Nel momento in cui ha scattato la sua più famosa fotografia, ha visto l'essenza dell'uomo che muore ed è poi diventato egli stesso un pasto per un altro animale.

È quasi palese come abbia agito d'istinto in quel marzo del 1993, il suo scatto non è

251 Sontag Susan, 2004, *Sulla fotografia – Realtà e immagine nella nostra società*, cit., p. 59

pensato, è un riflesso della sua professionalità che gli imponeva di fronte al dramma di documentarlo, in un certo senso era in trappola, prigioniero del suo ruolo, impotente rispetto all'atrocità, schiacciato dall'assurdità della sua condizione, essere e comportarsi da professionista voleva dire smettere di essere semplicemente umano.

«Sono depresso ... senza telefono ... i soldi per l'affitto ... il denaro per i bambini ... per pagare i debiti ... soldi! ... Sono ossessionato dai ricordi vividi di omicidi e cadaveri, di rabbia e dolore ... di bambini feriti o affamati [...] vado a raggiungere Ken²⁵², se sono fortunato». Con queste parole, scritte nel suo ultimo biglietto, finiva a trentatré anni la vita di Kevin Carter.

4.2 Abu Ghraib, le foto, gli abusi

Abu Ghraib risuona nell'immaginario comune come un triste nome, ennesimo episodio della follia di uomini (e donne) a danno di altri uomini. Questa foto è diventata l'emblema delle crudeltà commesse dai secondini americani ai danni dei prigionieri detenuti nel carcere iracheno. Scattata da un soldato americano, ritrae il detenuto Satar Jabar, al quale era stato detto che avrebbe ricevuto una scossa elettrica se fosse caduto dal supporto sul quale era stato posto. Come questa, tante altre immagini amatoriali, scattate dagli stessi soldati statunitensi, testimoniano le torture che i prigionieri hanno dovuto subire fra le mura di quel carcere.



Abu Ghraib, fonte Corriere della Sera, 2005

Non entriamo, in questa sede, nel merito dell'aspetto giudiziario della vicenda, né delle questioni politiche che da essa sono scaturite. Riflettiamo piuttosto sull'impatto che queste immagini hanno avuto su di noi e sulle tracce che, eventualmente, hanno lasciato.

252 Ken Oosterbroek (1962 - 1994), fotogiornalista sudafricano morto qualche mese prima, amico di Carter e membro anch'egli del gruppo fotografico The Bang-Bang Club.

Gerardo Regnani fa un'analisi degli effetti che le fotografie hanno provocato nel lettore, ispirandosi ad uno scritto di Roland Barthes intitolato *Fotografie-choc* e contenuto, insieme ad altri testi scritti tra il 1954 e il 1956, in una delle sue più celebri raccolte: *Miti d'oggi*. Nel saggio, pubblicato in Francia alla fine degli anni Cinquanta, Barthes analizza le dure immagini di alcuni reportage professionali, con caratteristiche decisamente diverse rispetto alle immagini scattate nella prigione irachena, foto come abbiamo detto amatoriali, riprese dagli stessi attori protagonisti e che non avevano nelle intenzioni iniziali lo scopo di documentare, rendendola nota al grande pubblico, la situazione che si era venuta a creare fra quelle mura.

Barthes fa una distinzione fra le immagini, dividendole in due gruppi, da una parte vi sono le foto realizzate da un fotografo (reporter), dall'altra quelle "di agenzia", che potrebbero definirsi generiche. Sebbene con le dovute proporzioni, le foto di Abu Ghraib sembrano potersi adattare meglio al secondo termine di distinzione proposto da Barthes. Quelle del carcere iracheno non sono fotografie scattate da una singola persona, che in qualche modo avrebbe potuto trasmettere il proprio, esclusivo, punto di vista. Si tratta di immagini riprese senza una logica preconcepita, senza un percorso narrativo, sono fotografie che, nella situazione di protagonismo degli autori, sarebbero servite agli stessi esclusivamente per conservare la memoria di un momento di puro e "cattivo" esibizionismo.

È importante fare questa distinzione perché tali immagini sono del tutto svincolate dal concetto di reportage "classico", e dall'ottica secondo la quale è realizzato.

A detta dello studioso francese le fotografie scattate da un fotoreporter, sebbene alcune cerchino di impressionare i suoi destinatari, non sempre riescono nel loro intento perché sono spesso compromesse da una intenzionale componente narrativa di fondo. «L'autore, sostituendosi premeditadamente allo sguardo dell'ipotetico spettatore finale, tenderebbe inevitabilmente ad enfatizzare il "suo" racconto al punto da poter far sembrare eccessivamente costruita l'eventuale mostruosità "documentata" dalle fotografie. In tal modo, poche di queste riuscirebbero davvero a produrre un autentico shock, limitandosi piuttosto, nella generalità dei casi, solo a significarlo»²⁵³. Secondo Barthes «non basta al fotografo significarci l'orrore per farcelo provare. La maggior parte delle fotografie [...]

253 Regnani Gerardo, 2005, *Abu Ghraib. Fotografie-choc*, [<http://gerardo-regnani.myblog.it>]

raccolte al fine di sconvolgerci non ci fanno alcun effetto [...] perché il fotografo si è sostituito troppo generosamente a noi nella formazione del suo soggetto».

Secondo quest'ottica, nessuna delle fotografie di reportage, tecnicamente riuscite, forse troppo perfette, potrebbe riuscire a toccarci. Il nostro atteggiamento di fronte a queste opere è quello di sentirsi derubati della facoltà di pensiero e di giudizio: «si è fremuto per noi – scrive Barthes – riflettuto per noi, giudicato per noi; il fotografo non ci ha lasciato niente, se non un semplice diritto di acquiescenza intellettuale: siamo legati a queste immagini per un semplice interesse tecnico; caricate di superindicazioni dall'artista stesso, esse non hanno per noi alcuna storia, non possiamo più inventare la nostra personale accoglienza a tale sintetico nutrimento, già perfettamente assimilato dal suo creatore».

Al contrario, le immagini tecnicamente imperfette e non “pensate” di Abu Ghraib, che mancano di tutte quelle caratteristiche tali da farne un buon reportage “tradizionale”, riescono più delle altre a stimolare la nostra propensione al giudizio. Non si tratta di immagini già “digerite” e ci consentono quindi una maggiore libertà di interpretazione. Possiamo costruire più liberamente la “nostra versione dei fatti”, meno vincolata dalle indicazioni narrative dell'autore originario.

«Una libertà di invenzione che si alimenta anche della natura (solo apparentemente) “ordinaria” di queste immagini così inquietantemente vicine ad un “banale” – per quanto macabro – album di famiglia». L'estrema semplicità di queste foto, fatte per “gioco”, suscitano in noi una reazione di tale sdegno che porta a «schierarci contro quell'orrore tanto concettuale quanto materiale»²⁵⁴. Sulla base di alcune tracce visuali, siamo incentivati a costruire la nostra personale storia, che cerchi di spiegare le dinamiche per cui determinati atti sono stati compiuti.

«I creatori di queste immagini – a detta di Regnani – [...] non intendevano né spiazzare né turbare il “loro” pubblico, al contrario cercavano la “divertita” compartecipazione di un'audience immaginaria che, in luoghi e momenti differenti, avrebbe poi visto queste riprese. C'è stata, quindi, una tendenza a voler riassumere in queste scene raccapriccianti i momenti topici di una “allegra” vita carceraria, benché, a differenza di opere con maggiori pretese narrative, non si intraveda un'accanita insistenza

254 *Ibidem*

sul “momento più raro di un movimento” anche se, di fatto, di istanti pieni di eccessi, in realtà, si è trattato». La caratteristica di base di queste agghiaccianti rappresentazioni resta l'assenza apparente di una costruzione di fondo, le immagini non sono meditate, non intendono offrirci un punto di vista concettuale, né tantomeno colpirci per la difficile cattura del bressoniano istante decisivo.

La mancanza di ogni aspetto di raffinatezza tecnica e morale determina in noi un effetto di ricerca, che tenda a completare la non sempre lineare leggibilità di molte di queste immagini, che si presentano come un prodotto incompleto, come un rebus che aspetta il nostro intervento per essere risolto.

La resa di queste istantanee carcerarie è così efficace che il pubblico ne resta colpito per un senso di incredulità e stupore. Sono le scene di un brutto film, mi viene da pensare, non può essere vero. Ed invece è successo esattamente ciò che vediamo e che ci fa rimanere sbigottiti di fronte a tale iper-rappresentazione della realtà.

Queste fotografie sembrano, inoltre, tanto più efficaci rispetto ad altre più ambiziose per la loro natura di istantanee “incerte ed incomplete”. Al contrario – è Barthes a parlare – «la leggibilità perfetta della scena, la sua messa in forma, ci dispensa dal ricevere profondamente l'immagine nel suo scandalo; ridotta allo stato di puro linguaggio, la fotografia non sa disorganizzarci».

4.3 Un caso “italiano”: Mugabe, il colera e «la Repubblica»

L'emergenza di comportamenti che possono definirsi ai margini dell'etica e che enfatizzano il dolore per suscitare attenzione, purtroppo sono ormai all'ordine del giorno. Si fa sempre più evidente la necessità di una ridefinizione dei termini di pubblicazione di determinate immagini e la gestione dei contenuti informativi da parte delle redazioni dei giornali, e dei media in genere.

Episodi di questo tipo si ritrovano quasi quotidianamente su tutte le testate, dalle più piccole alle più grandi. Un esempio recente viene ripreso da Maurizio De Bonis che, nel portale dell'associazione culturale «Punto di Svista»²⁵⁵, pubblica alcune riflessioni

255 L'indirizzo completo è [www.puntodisvista.com]

riguardo due immagini apparse sul quotidiano nazionale «la Repubblica» del 7 Dicembre 2008. Il caso preso in considerazione si inserisce in una riflessione più ampia riguardo il rapporto tra fotografia, mass media e informazione.



Una delle immagini alle quali si fa riferimento è collocata in prima pagina ed è collegata a un articolo intitolato “Gordon Brown: Cacciamo Mugabe – Zimbabwe, il colera fa strage”. La foto riprende un uomo di colore, presumibilmente africano, che è seduto sul letto di un ospedale e beve da una tazza arancione. Dal suo polso esce fuori la cannula di una flebo. Il volto si vede perfettamente, dunque è riconoscibile in modo molto preciso.

L'altra immagine è pubblicata all'interno del giornale, a pagina 15, ed è connessa a un articolo intitolato “Dilaga il colera in Zimbabwe, Mugabe deve lasciare il potere”. In questa foto è ritratta una

giovane donna che, visibilmente sfinita, tiene in mano una ciotola con alcuni spiccioli. La didascalia afferma che “la donna col suo bambino chiede la carità”.

In realtà il bambino non si vede e probabilmente era presente nella versione originale della foto, nella parte alta dell'inquadratura, tagliata in fase di composizione della pagina.

Nessuna delle due immagini riporta l'autore né l'agenzia che le ha fornite.

Maurizio De Bonis, da studioso della fotografia contemporanea e dei suoi utilizzi nel mondo dell'informazione, nel suo articolo si pone dei problemi molto seri che danno lo spunto per un'attenta riflessione.

Rivolgiamo la nostra attenzione anzitutto all'immagine presente in prima pagina. È evidente come non sia tenuta nessuna considerazione riguardo la privacy della persona ritratta. Non si spiega infatti perché mai debba comparire sulla prima pagina di un grande

quotidiano nazionale il volto di una persona in evidente stato di indigenza e malattia. De Bonis si chiede il perché e pensa che probabilmente «una fotografia di un individuo bianco malato, magari italiano, in un letto di ospedale non si sarebbe mai potuta pubblicare, almeno senza la firma di una liberatoria da parte del soggetto in questione».

Facendo l'ipotesi (alquanto remota) che l'uomo ritratto sia stato informato sulla possibilità dell'eventuale pubblicazione del suo volto su un giornale che leggono centinaia di migliaia di persone, e che abbia firmato la liberatoria, ci domandiamo se si tratti di un comportamento eticamente corretto utilizzare, in maniera così superficiale, l'immagine di una persona che si trova in tali condizioni. «È una questione di delicatezza e di sensibilità che deve essere messa davanti a qualsiasi esigenza informativa. Non si tratta di moralismo, e neanche di desiderio di censura, quanto piuttosto di uno spirito di solidarietà umana che non può – ad avviso di De Bonis – [...] essere dimenticato quando si affrontano temi come la malattia, il disagio, la povertà».

Per quanto riguarda la seconda immagine i parametri di valutazione non cambiano. In questo caso però la riflessione più attenta va fatta a proposito dell'accostamento dell'immagine al titolo che evidenzia il dilagare del colera in Zimbabwe. Fortunatamente il bambino di cui si parla nella didascalia – comunque molto generica – non compare nella foto e anche il volto della donna non è perfettamente riconoscibile. Dove è stata scattata la foto? Da chi e in quale situazione? «Fermo restando che – aggiunge De Bonis – nessun ammalato/povero debba apparire senza la sua autorizzazione, in una foto giornalistica, mi domando come mai la figura ritratta sia relazionata al problema del colera in Zimbabwe. Mi (vi) domando: lo scatto è stato realmente effettuato in Zimbabwe? La persona ritratta soffre di questa malattia? Quando il fotografo ha scattato, ha parlato con la donna? Ha interloquito con un medico che la cura? Ha cercato di capire chi fosse ed ha cercato di aiutarla?»²⁵⁶

Tutti interrogativi che arricchiscono la nostra riflessione. Domande alle quali è difficile rispondere, se non impossibile. Non essendoci regole scritte e sanzioni precise per chi dovesse trasgredirle, la pubblicazione di contenuti “sensibili” sulle testate giornalistiche,

256 De Bonis Maurizio, 2008, *Informazione, fotogiornalismo e sofferenza umana*, [www.puntodivista.com]
Articolo pubblicato su ©CultFrame 12/2008

deve essere rimessa al buon senso dei fotografi e delle redazioni.

La fotografia giornalistica non può essere immune a tali valutazioni. Non può sottrarsi alla critica dell'osservatore e deve cercare d'essere quanto più possibile oggettiva e democratica. Non riportare il nome del fotografo e/o dell'agenzia (il che determina l'impossibilità di qualsiasi tentativo di verifica) sotto immagini di questo tipo, non scarica la responsabilità delle redazioni, bensì l'accresce.

«Ma l'aspetto che più mi fa pensare – conclude De Bonis – riguarda l'automatismo editoriale che prevede l'uso di queste immagini in contesti a volte non pertinenti. Ripeto: le due persone nere immortalate nelle immagini di cui ho parlato (non essendo personaggi pubblici) sono state informate dell'utilizzo di queste foto? Erano al momento consapevoli che un fotografo li stava ritraendo? Sono in qualche modo collegate agli argomenti degli articoli? Si è tenuto conto all'atto della pubblicazione della questione del rispetto del dolore altrui? Si è cercato di evitare che le persone ritratte diventino solo esempi, ad uso occidentale, di una povertà “solo africana”?» Probabilmente non è stato fatto nulla di tutto ciò, o forse solo qualcosa. Fatto sta che, sempre più spesso, l'attenzione verso un corretto utilizzo delle fotografie giornalistiche tende a sfumare, a favore di un presunto dovere di cronaca. Nulla in contrario se fatto nei confini di un'etica e di una morale giuste e necessarie, «ciò che conta, [...] è il diritto/dovere all'informazione e alla libertà di espressione/stampa nel rigoroso rispetto, però, della dignità delle persone»²⁵⁷.

257 *Ibidem*

4.4 I bambini di Gaza



© AFP - Il cadavere di una bimba sepolto dalle macerie

Gennaio 2009, tutti i giornali parlano dell'escalation in atto nella "striscia di Gaza". I bombardamenti, le rappresaglie, gli scontri, sono gli argomenti più presenti su carta stampata, telegiornali ed informazione via web. L'ennesimo tragico capitolo di una storia irrisolta che dura da decenni e sembra non voler

lasciare in pace le popolazioni di quei territori. Uomini, donne, bambini. Soprattutto bambini, «la maggioranza della popolazione ammassata in quel fazzoletto di terra è composta di bambini e ragazzini: un giardino d'infanzia in un miserando zoo umano»²⁵⁸.

Sebbene a qualche migliaia di chilometri di distanza, il mondo occidentale vive – sarebbe meglio dire segue – questo conflitto praticamente in tempo reale. L'alluvione mediatica investe ogni singolo individuo ed entra nelle case di milioni di famiglie, all'ora di pranzo, o forse di cena. Si guardano le immagini, si ascoltano i commenti, e se ne resta turbati, si cambia canale. Non si riesce a sopportare un così grave dolore.

La storia di questo conflitto è raccontata da decine e decine di istantanee, immagini di uomini e donne in preda al dolore e all'enfasi dei soccorsi, ma soprattutto foto di bambini, sanguinanti, mutilati, morti. «Le redazioni dei giornali le accumulano, e si chiedono se metterle in pagina o no, e come. La risposta è facile – scrive Sofri – quando l'esitazione è legata alla crudeltà eccessiva, che può ferire lo spettatore. Ma già il verbo "ferire", impiegato nel suo senso traslato in un contesto simile, fa vergognare di averlo pronunciato. Siano pure feriti, gli occhi distratti e illesi degli spettatori: l'eccesso di crudeltà non è dei fotogrammi, ma della realtà. Alla realtà si può scegliere di aprire o chiudere gli occhi, chi abbia la provvisoria fortuna di starne alla larga: ma vedere è una condizione per decidere meglio come destinare la propria voce pubblica, o la propria

258 Sofri Adriano, 2009, *Il sacrificio dei bambini*, Milano, «la Repubblica», 7 gennaio 2009

privata preghiera, o anche solo il proprio pianto»²⁵⁹.

«Si torna ancora una volta sull'opportunità di pubblicare immagini forti, al limite del raccapricciante, per dovere di informazione, ovvero per smuovere coscienze e opinioni pubbliche». La pubblicazione di questo tipo di immagini smentisce quelle che sono spesso le “versioni ufficiali” da parte dell'establishment politico e militare. Versioni che modificano in maniera decisa la percezione del dramma e la durezza di determinate azioni militari. E allora chi, mettendosi una mano sulla coscienza (non oso immaginare che possa esservi un business dell'orrore, che porta a vendere un maggior numero di copie se le fotografie pubblicate sono più violente), crede che sia giusto pubblicare determinate immagini, lo fa con lo scopo di mostrare «cosa è realmente la guerra, ricordando che le sue prime conseguenze non sono politiche, strategiche, storiche, ma umane, violentemente e direttamente agenti sulla vita delle vittime»²⁶⁰.

Pubblicare o non pubblicare? Alcuni media decidono di optare per il sì, a conferma di quel diritto di cronaca che risulterebbe prioritario. La *policy* di altri networks, invece, sceglie la via della censura: Facebook ha cancellato tutti gli album in cui erano presenti le foto dei bambini di Gaza. È davvero una scelta di censura? O forse si tratta di violazione del copyright? Se fosse vera questa seconda ipotesi, c'è da pensare però «che mostrare il dolore e la morte a Gaza possa rappresentare per qualcuno fonte di guadagno da tenere ben stretta – e ciò – è senz'altro moralmente deprecabile: ma questa è la logica del nostro mondo, non solo di *Facebook*»²⁶¹.

Ma il problema di cui stiamo parlando rientra in un'ottica “editoriale”, relativa cioè alla scelta se pubblicare – o meno – un'immagine, o forse si trova a monte? Ovvero la valutazione, in ottica fotografica, se sia opportuno riprendere determinate scene. Credo che le questioni siano da trattare entrambe con la stessa considerazione, le dinamiche informative devono essere considerate come un processo unico, nel quale fotoreporter e redazioni hanno uguale responsabilità e uguale deve essere l'attenzione deontologica.

Si tratta di un tema delicato, e certamente non nuovo. Negli anni, infatti, è stato più volte affrontato da studiosi, filosofi, giornalisti, spesso in concomitanza con guerre o catastrofi

259 *Ibidem*

260 Della Bella Federico, 2009, *I bambini di Gaza e le fotografie da pubblicare*, [www.fotoinfo.net]

261 Boninu Lorenza, 2009, *Gaza censurate foto su Facebook foto di Guerra*, [www.agoravox.it]

di grande interesse per l'opinione pubblica. Susan Sontag nel suo libro *Davanti al dolore degli altri* ha analizzato nello specifico il dilemma dell'eventuale pubblicazione di certe immagini. «L'efficacia e la necessità dipendono dai parametri culturali e valutativi contingenti: le stesse immagini possono suscitare reazioni diverse, quando non addirittura opposte, secondo il contesto in cui sono inserite [...] Si potrebbe dunque dire che la pubblicazione di immagini scioccanti ha senso quando queste sono inquadrare in un contesto storico e politico che le renda comprensibili, in cui si possano identificare le cause, e magari le possibili soluzioni, in cui la vista possa aiutare la comprensione e la partecipazione al dramma delle vittime. Contesti storici, o genericamente umanistici, possono invece generare un sentimento di generica pietà, con effetti addirittura anestetizzanti»²⁶².

Tanto se n'è parlato e tanto, giustamente, se ne parlerà. Sofri, nell'articolo che scrive per «la Repubblica» chiude esprimendo la sua unica certezza: che le foto dei bambini di Gaza vanno pubblicate, sebbene portino a suscitare molte emozioni contrastanti e laceranti.

Io mi chiedo invece se quelle fotografie andavano scattate, e se la loro pubblicazione non determini altro che un'assuefazione al dolore. Susan Sontag ci ricorda che «il trauma delle atrocità fotografate svanisce vedendole ripetutamente, come la sorpresa e lo sconcerto che proviamo assistendo per la prima volta a un film pornografico si attenuano fino a sparire se se ne vanno a vedere altri»²⁶³.

Poi rifletto ancora e la mia conclusione non può non prendere in considerazione la forza delle immagini nel denunciare gravissimi episodi e smuovere la coscienza delle persone. «La fotografia, informazione a volte primitiva, – scrive Beppe Merella commentando una delle tante discussioni a riguardo sul web – ha il vantaggio di agire a livello epidermico prima, viscerale poi. Forse se oggi non riusciamo ad addolorarci della strage dei Nativi Americani o degli Armeni nella stessa misura in cui ci addoloriamo per l'Olocausto è anche perché mancano testimonianze visive di quelle aberrazioni».

262 Della Bella Federico, 2009, *I bambini di Gaza e le fotografie da pubblicare*, [www.fotoinfo.net]

263 Sontag Susan, 2004, *Sulla fotografia – Realtà e immagine nella nostra società*, cit., pp. 19-20

Conclusione

*La fotografia è l'unico «linguaggio»
compreso in ogni parte del mondo e,
superando tutte le nazioni e le culture, uni-
sce la famiglia umana. [...] Rispecchia la vita
e gli eventi in modo veritiero, ci permette di
condividere speranze e disperazioni altrui,
chiarifica condizioni politiche e sociali.
Noi diventiamo testimoni oculari del-
l'umanità e della disumanità degli uomini*

Helmut Gernsheim
(*Creative Photography*, 1962)

Che sia veritiera, o volutamente “truccata”, con la fotografia «noi diventiamo testimoni oculari dell'umanità e della disumanità degli uomini». È con queste parole di Helmut Gernsheim che mi piace concludere il lavoro di ricerca e le riflessioni riportati in queste pagine. Abbiamo parlato di fotogiornalismo ed etica dell'immagine, dei problemi connessi alle dinamiche della rappresentazione del mondo tramite le fotografie, alle questioni etiche che riguardano il momento della loro ripresa, della post-produzione e della successiva pubblicazione, abbiamo parlato del lavoro delle agenzie e delle redazioni nel confezionamento delle notizie da proporre al pubblico. Abbiamo dato delle risposte – o perlomeno ci abbiamo provato – alle principali degenerazioni date da un'informazione distorta, cercando le possibili cure e le soluzioni alle patologie che affliggono il sistema dei media e della comunicazione per immagini.

Qualcuno vede la fotografia come lo “specchio della realtà”, io la considero piuttosto come lente e filtro insieme, attraverso cui quella realtà che rappresenta può apparire ai nostri occhi “a fuoco” o al contrario distorta, ma difficilmente autentica, vera. E allora non ci resta che prendere atto di ciò che vediamo con il dovuto beneficio del dubbio.

Alla fine giungiamo a chiederci, cos'è la verità? Secondo Umberto Eco

«è un mobile esercizio di metafore, metonimie, antropomorfismi elaborati poeticamente, e che poi si sono irrigiditi in sapere, illusioni di cui si è dimenticata la natura illusoria, monete la cui immagine si è consumata e che vengono prese in considerazione

solo come metallo, così che ci abituiamo a mentire secondo convenzione, in uno stile vincolante per tutti, ponendo il nostro agire sotto il controllo delle astrazioni, avendo sminuito le metafore in schemi e concetti»²⁶⁴.

Eco parla dell'impossibilità o incertezza di verità assolute. Ci parla di come i paradigmi conoscitivi e gli schemi categoriali siano vincolanti e quasi invisibili per l'uomo di una particolare epoca storica e culturale. Senza questi misteriosi schemi, però, vivremmo sicuramente nel regno del non senso e dell'incomunicabilità. È necessaria, dunque, la loro presenza perché ci danno la possibilità di poter comunicare e costruire senso, a partire dalle interpretazioni dei mass media. Maggiori saranno le interpretazioni di un avvenimento, maggiori saranno i suoi attributi in risalto e quindi maggiore sarà il grado di conoscibilità.

Si è parlato di etica in queste pagine, ma anche di dubbio e di verità. Riprendendo le parole di Zagrebelsky, penso di potermi "schierare" «a favore di un'etica del dubbio». Qualcuno potrebbe esordire dicendo che dubbio e verità non viaggiano sullo stesso binario, in realtà «al di là delle apparenze, il dubbio non è affatto il contrario della verità. In certo senso, ne è la ri-affermazione, è un omaggio alla verità. È incontestabile che solo chi crede nella verità può dubitare, anzi: dubitarne. Chi crede che le cose umane siano inafferrabili, non dubita affatto, ma sospende necessariamente ogni giudizio»²⁶⁵.

Bisogna tenere in considerazione che «la fotografia, per una definizione che si vorrebbe ormai universalmente accettata, "adultera" comunque la realtà», anche se ingenuamente continuiamo a credere che esista una fotografia che è immune dalla sua stessa sofisticazione. In effetti «non sono stati sufficienti neppure centocinquanta anni della sua storia, e una pletora di teoriche, per smentire il credulo concetto che fotografia sia sinonimo di *obiettività*, al punto che in tal senso è ricorrente il termine *fotografia* ("ha fotografato la situazione...", ecc.), come un'ovvia metafora»²⁶⁶.

Davanti alla foto stampata su un giornale, o esposta in una galleria però noi restiamo fedeli al nostro dubbio, che «si esprime così: "sarà davvero vero?", e questo, in certo senso, è un duplice omaggio alla verità, insieme al riconoscimento della nostra limitatezza

264 Eco Umberto, 2002, *Kant e l'ornitorinco*, Milano, Bompiani, p. 32

265 Zagrebelsky Gustavo, 2008, *Contro l'etica della verità*, Roma-Bari, Editori Laterza, premessa

266 Zannier Italo, 1993, *Fotogiornalismo in Italia oggi*, cit., p. 6

nei suoi confronti. Il dubbio – nel nostro caso riguardo l'autenticità delle immagini – contiene [...] un elogio della verità, ma di una verità che ha sempre e di nuovo da essere esaminata e ri-scoperta. Così, l'etica del dubbio non è contro la verità, ma contro la verità dogmatica, che è quella che vuol fissare le cose una volta per tutte e impedire o squalificare quella cruciale domanda: “sarà davvero vero?”».

Allo stesso modo, però, penso che se una verità assoluta non può esistere, sicuramente può esserci una sua più vicina approssimazione, e per poterla raggiungere ed esserne soddisfatti, è doveroso che gli operatori dell'informazione – fotogiornalisti, agenzie e redazioni nel nostro caso – rispettino quelle poche, ma fondamentali, regole di comportamento che si trovano alla base del rispetto verso il pubblico e l'inalienabile diritto ad essere informati. Di qui l'importanza di codici deontologici e pratiche di comportamento condivise e rispettate da tutti. Ma non possiamo certo pretendere un rispetto “aprioristico” di questi principi, se esistono delle regole devono esserci anche delle sanzioni, mi auguro quanto più severe e deterrenti possibili.

Da parte loro i cittadini (lettori-spettatori) devono prendere consapevolezza di quella che è la forza delle immagini e dovrebbero, per quanto possibile, accrescere la propria cultura fotografica, che consista perlopiù in un approccio attivo verso l'immagine, piuttosto che di passiva “somministrazione mediatica”. «Una fotografia [...] qualsiasi fotografia, può più agevolmente uscire dall'ambito barthiano del “mi piace”, “non mi piace” e assurgere a documento della storia e della cultura visiva, solo se cerchiamo di contestualizzarla con più precisione, individuandone l'epoca e l'occasione dell'esecuzione, il suo significato all'interno dell'attività dell'autore che l'ha prodotta, l'uso che ne è stato fatto, la diffusione di cui essa ha goduto, i significati collettivi e sociali di cui è stata nel tempo investita»²⁶⁷.

Se è vero, come luogo comune vuole, che un'immagine (un disegno, un quadro) vale mille parole, risulta ancor più vero – se possiamo affermarlo – che una fotografia, soprattutto se giornalistica, valga forse qualcosa in più, d'altronde «un quadro falso (cioè un quadro con un'attribuzione sbagliata) falsifica la storia dell'arte. Una fotografia falsa (cioè una fotografia ritoccata o manomessa, o accompagnata da una falsa didascalia) falsifica la realtà»²⁶⁸.

267 Miraglia Marina nella postfazione di Favrod Charles-Henri, Zannier Italo, testi di, 1997, op. cit.

268 Sontag Susan, 2004, *Sulla fotografia – Realtà e immagine nella nostra società*, cit., p. 75

Vivere oggi nella società digitalizzata, società dell'immagine per eccellenza, ci mette a maggior ragione in una condizione di serrata convivenza con la fotografia, e di auspicabile e reciproco rispetto. Il cittadino è cosciente di poter essere vittima di un'informazione distorta e sa che oggi è molto più facile intervenire sulle fotografie per modificarne il significato, ma è anche consapevole di poter essere – da *citizen journalist* – protagonista del circuito mediatico e informativo. Le regole deontologiche allora devono essere estese a tutti, professionisti e non, perché tutti sono ora potenzialmente in grado di comunicare con il linguaggio universale della fotografia. Purtroppo questa evoluzione, quasi darwiniana, porta il fotogiornalismo come “mestiere” alla tendenziale scomparsa (che sinceramente non auspico), o comunque ad una sua determinante ridefinizione, in un mondo che viaggia sempre più velocemente, dall'altra parte invece, «il fotogiornalismo, come “genere”, dimostra ancora d'essere *La Fotografia* per antonomasia; un'espressione alta, sublime, di un linguaggio che offre insostituibili possibilità di memoria, di veicolazione e, perché no, di poesia; senza queste qualità la fotografia stessa non sarebbe probabilmente neppure stata inventata»²⁶⁹.

269 Zannier Italo, 1993, *Fotogiornalismo in Italia oggi*, cit., p. 6

Appendice A – Interviste

Intervista al fotografo Roxy Erickson sulla foto “Napalm girl” di Nick Ut²⁷⁰

Nell'intervista, uno studente di fotografia cerca di raccogliere delle opinioni sulla famosa e premiata fotografia di Nick Ut scattata il 1972 nei pressi di Saigon. Di seguito le domande dello studente e le risposte del fotografo intervistato.

- Do you think it is representative of the Vietnam war?

No I do not think it represented the Vietnam war. Those who were opposed to the war used the photograph to their political advantage.

- Do you think the photo “lies”?

Photos do not “lie”, but how they are interpreted and presented to the people can bring about false assumptions. A lot of people thought that the United States had dropped the Napalm on the friendly village. We did not. The bomb (Napalm) was dropped by the South Vietnamese Air Force. I have heard several stories about the incident some saying it was an accident and others saying the strike was called in. Regardless, innocent people were killed and injured from this incident. In war you are going to have a lot of innocent people getting killed or wounded. It is a tragic fact but that's war!

- Did this image have any impact on the war?

I feel the photo was used by those who opposed the war to it's fullest extent.

- Did it have impact on protests back in the US?

Yes it did have an impact. It was an excellent picture, bring the horrors of war home to the American people.

- Did it have an impact on YOU?

Not really, I was upset from the sensationalism from the press and war protestors and I felt sorry for the girl. Like I said earlier this was war and innocent people get hurt.

270 Copyright © 1998 - 2007 John D. Dennison [<http://www.1stcavmedic.com>]

Una mia intervista alla giovane fotografa Ilaria Pedercini, considerazioni sull'etica dell'immagine nel fotogiornalismo

Ho scelto per la mia intervista questa giovane e promettente fotografa milanese per poter avere un suo riscontro sulla tematica dell'etica dell'immagine nel fotogiornalismo. Ilaria Pedercini lavora, come corrispondente da Milano, per *Graffiti Press* un'agenzia fotogiornalistica di Roma.

Ritengo molto interessanti le considerazioni che si possono trarre dalla testimonianza di un'operatrice nel settore del fotogiornalismo da poco tempo, la cui visione non è ancora "distorta" da una certa deformazione professionale.

- Ilaria: 25 anni, laureata in Architettura, interesse per la fotografia. Cosa vuoi fare "da grande"?

La laurea in Architettura mi ha senza dubbio aiutato ad avere un metodo "progettuale" per affrontare ogni cosa, e mi ha messo a contatto con grafica e comunicazione visiva.

Vorrei restare nell'ambito della fotografia, da poco ho iniziato a collaborare con un'agenzia press di Roma, come corrispondente da Milano, ma non mi voglio chiudere altre prospettive, sempre nel mondo della fotografia.

- Parlando del tuo rapporto con il fotogiornalismo, qual è stata la molla che ti ha spinto ad interessarti di questa pratica fotografica?

Ti parlo da fotografa con pochissima esperienza nel campo, il mio domani lo vedo nel settore della fotografia ed essendo nella fase in cui "cerco di capire quello di cui voglio realmente occuparmi" mi piace mettermi in gioco nei campi che trovo a me congeniali o che mi incuriosiscono, come quello del reportage.

Dopo essermi documentata brevemente sulla storia del fotogiornalismo e sulle sue tendenze odierne e aver letto qualche testo sulla complicata situazione mediorientale sono venuta a conoscenza dell'agenzia Graffiti e con loro sono partita per la Palestina, la mia prima esperienza vera di reportage.

È andata così.

- Le tue recenti fotografie (Betlemme, Hebron) testimoniano aspetti di vita in zone sensibili del Medio Oriente, quali di queste immagini sintetizzano meglio, a tuo avviso, la situazione?

Ogni scatto racconta la sua piccola storia, l'intero lavoro stesso nel suo insieme non racconta che una piccola storia. Le immagini di Hebron ad esempio raccontano di una situazione tesa creata in prossimità di una manifestazione di piazza dove la gente è scesa in strada per protestare contro l'offensiva israeliana a Gaza. Cerco di dare molta importanza ad una sequenza di immagini, un'immagine secondo il modo in cui è stata concepita funziona perché si trova in quella posizione, dopo quella precedente e prima di quella successiva, con cui ha sicuramente un legame, che può essere di significato, magari un racconto può avere uno sviluppo diacronico, oppure possono essere aspetti formali a legare le immagini tra loro.

Un'immagine che mi piace molto, che mi sembra funzioni bene è quella (allegata) che ritrae tre militari israeliani dove ho scelto di non inquadrare i volti ma la figura intera dal collo in giù per porre l'attenzione sull'abbigliamento, l'armamento piuttosto pesante e il loro atteggiamento, che si legge dalla postura dei piedi, quasi stessero ad una festa, o ad un ritrovo, con le scarpe mal allacciate che contrastano con il rigore della divisa. Il volto non è importante, perché è come se fossero tutti uguali, sono tutti ragazzi poco più che diciottenni, che si ritrovano a vestire questi panni e questo ruolo.

Però non posso dire che da sola sintetizzi la situazione, forse è solo più comunicativa di altre ecco, ha più forza.

- Cosa ne pensi della pubblicazione, e conseguente diffusione mondiale, delle foto di bambini uccisi durante i recenti episodi di Gaza?

Credo che il mezzo fotografico si presti ancora più delle parole a nascondere la verità. Questo perché, erroneamente, si tende a percepire ciò che ci viene proposto tramite la fotografia come realtà, quando invece la realtà viene sempre mediata e dal mezzo fisico, la camera, e dal fotografo e dalla sua esperienza, dal suo e unico modo di vedere, c'è sempre connotazione, un'immagine fotografica non sarà mai oggettiva, per quanto ci si possa avvicinare.

Ciò che troviamo sui giornali e in televisione non è che una parte della realtà, il più delle volte scelta accuratamente tra ciò che fa più colpo, di tante immagini vengono spesso scelte quelle più impattanti, trascurandone altre.

È vero, tanti bambini sono rimasti vittime delle offensive, ma non c'è dubbio che sia passato poco invece la silente oppressione israeliana nei confronti del popolo palestinese che non riesce a vivere la propria quotidianità a causa di posti di blocco, carceri amministrative o perquisizioni, una storia di diritti negati che non fa notizia.

Si preferisce dare rilevanza ad immagini più forti. È un modo di documentare se vogliamo sensazionalistico, sarebbe meglio che l'opinione pubblica più che da queste immagini fosse scossa anche da un altro tipo di approfondimento sulla questione sociale e storica che in questa terra sembra essere di difficilissima soluzione.

- *Quali sono i limiti del fotogiornalismo per il rispetto di un'etica dell'immagine?*

Credo sia emblematico questo episodio, purtroppo realmente accaduto e riguardante la foto con cui il fotoreporter Kevin Carter ha vinto il premio Pulitzer.

Rappresentava una bambina di quattro anni in Sudan. Lei e la sua famiglia erano rimasti vittime della carestia che imperversava in Sudan durante la guerra civile.

Suo padre era stato ucciso dalle truppe del governo nonostante fosse solo un semplice contadino. Il resto della famiglia aveva sentito parlare di un centro di approvvigionamento viveri a circa 30 miglia dal loro villaggio, e con sua madre e il fratellino maggiore la bambina aveva intrapreso la marcia di 30 miglia verso il centro di soccorso. Lungo il tragitto sia la madre che il fratellino morirono di fame, lasciando sola la piccola che cercò di percorrere le ultime miglia in un'agonia straziante e solitaria. Raggiunse la stazione di rifornimento in condizioni sconvolgenti, appena in grado di reggersi in piedi, ma le fu detto che il cibo era già finito. Completamente esausta e più sola al mondo di quanto chiunque di noi possa anche solo immaginare, crollò a terra raggomitandosi in una minuscola forma in posizione fetale. Proprio allora un avvoltoio si posò a terra accanto a lei. L'uccello guardava fisso la bambina, aspettando che morisse.

Kevin Carter che era inviato dell'agenzia stampa Reuters, stette molto tempo, ho letto più di mezzora, ad aspettare che quell'avvoltoio aprisse le ali per rendere lo scatto

più impattante, ma questo non avvenne, e se ne andò portandosi a casa quella foto. Poco dopo, la bambina morì. Tante furono le critiche che gli vennero mosse per non aver fatto nulla per aiutare quella bambina. Qualche mese dopo aver vinto il prestigioso premio, era fine giugno del '94, Carter si suicidò.

Dopo aver visto foto come questa hai sempre la sensazione che l'unica cosa che ti resta è il segno dello schiaffo che t'hanno dato, ma nessun'altra informazione. A questo punto torna in mente Ando Gilardi quando dice: «Le peggiori infamie fotografiche si commettono in nome del “diritto all'informazione”» e se informazione non resta, allora resta solo un'altra considerazione di Gilardi: «Come giudicheremmo un pittore con pennelli, tavolozza e cavalletto che per fare un bel quadro sta davanti alla gabbia del condannato all'ergastolo, all'impiccato che dondola, alla puttana che trema di freddo, ad un corpo lacerato che affiora dalle rovine? Perché presumi che la borsa di accessori, la macchina appesa al collo e un flash sparato in faccia possano giustificarti?...»



Appendice B – Principali codici deontologici

NPPA Code of Ethics

Preamble

The National Press Photographers Association, a professional society that promotes the highest standards in photojournalism, acknowledges concern for every person's need both to be fully informed about public events and to be recognized as part of the world in which we live.

Photojournalists operate as trustees of the public. Our primary role is to report visually on the significant events and on the varied viewpoints in our common world. Our primary goal is the faithful and comprehensive depiction of the subject at hand. As photojournalists, we have the responsibility to document society and to preserve its history through images.

Photographic and video images can reveal great truths, expose wrongdoing and neglect, inspire hope and understanding and connect people around the globe through the language of visual understanding. Photographs can also cause great harm if they are callously intrusive or are manipulated.

This code is intended to promote the highest quality in all forms of photojournalism and to strengthen public confidence in the profession. It is also meant to serve as an educational tool both for those who practice and for those who appreciate photojournalism. To that end, The National Press Photographers Association sets forth the following Code of Ethics:

Code of Ethics

Photojournalists and those who manage visual news productions are accountable for upholding the following standards in their daily work:

1. Be accurate and comprehensive in the representation of subjects.
2. Resist being manipulated by staged photo opportunities.

3. Be complete and provide context when photographing or recording subjects. Avoid stereotyping individuals and groups. Recognize and work to avoid presenting one's own biases in the work.
4. Treat all subjects with respect and dignity. Give special consideration to vulnerable subjects and compassion to victims of crime or tragedy. Intrude on private moments of grief only when the public has an overriding and justifiable need to see.
5. While photographing subjects do not intentionally contribute to, alter, or seek to alter or influence events.
6. Editing should maintain the integrity of the photographic images' content and context. Do not manipulate images or add or alter sound in any way that can mislead viewers or misrepresent subjects.
7. Do not pay sources or subjects or reward them materially for information or participation.
8. Do not accept gifts, favors, or compensation from those who might seek to influence coverage.
9. Do not intentionally sabotage the efforts of other journalists.

Ideally, photojournalists should:

1. Strive to ensure that the public's business is conducted in public. Defend the rights of access for all journalists.
2. Think proactively, as a student of psychology, sociology, politics and art to develop a unique vision and presentation. Work with a voracious appetite for current events and contemporary visual media.
3. Strive for total and unrestricted access to subjects, recommend alternatives to shallow or rushed opportunities, seek a diversity of viewpoints, and work to show unpopular or unnoticed points of view.
4. Avoid political, civic and business involvements or other employment that compromise or give the appearance of compromising one's own journalistic

independence.

5. Strive to be unobtrusive and humble in dealing with subjects.
6. Respect the integrity of the photographic moment.
7. Strive by example and influence to maintain the spirit and high standards expressed in this code. When confronted with situations in which the proper action is not clear, seek the counsel of those who exhibit the highest standards of the profession. Photojournalists should continuously study their craft and the ethics that guide it.

Digital Manipulation Code of Ethics

NPPA Statement of Principle

As journalists we believe the guiding principle of our profession is accuracy; therefore, we believe it is wrong to alter the content of a photograph in any way that deceives the public.

As photojournalists, we have the responsibility to document society and to preserve its images as a matter of historical record. It is clear that the emerging electronic technologies provide new challenges to the integrity of photographic images ... in light of this, we the National Press Photographers Association, reaffirm the basis of our ethics: Accurate representation is the benchmark of our profession. We believe photojournalistic guidelines for fair and accurate reporting should be the criteria for judging what may be done electronically to a photograph.

Altering the editorial content ... is a breach of the ethical standards recognized by the NPPA.

NPPA Bylaws Regarding Penalties for Ethics Violations

Penalties

1. Committee on Judiciary

1. The committee on judiciary national chairman shall be appointed by the President.

The Board of Directors shall appoint two additional committee members at the annual board meeting.

2. The committee on judiciary shall investigate and hear charges made against members for violations of the code of ethics or other activities or actions detrimental to the best interests of the profession of press photography.

2. Procedure regarding members

1. Complaints by members, made against other members, for violations, must be signed by five active members in good standing and shall be presented to the committee in writing, accompanied by all available facts and evidence.
2. Upon receipt of such complaint, the committee may reject the complaint by majority vote as inadequately supported by the accompanying evidence, or proceed with complaint, in which case, the chair will send a copy of the complaint and the supporting data to the accused member by registered mail, notifying the member of a reasonable time within which he/she may file a sworn answer accompanied by evidence he/she cares to present.
3. If requested, the accused member shall have an opportunity for a personal hearing before the committee or a member selected by the committee. At this hearing, oral testimony received by the committee or its representative shall be reduced to writing.
4. If, in the majority vote of the committee on judiciary, the charges made against the accused are justified and fully supported by the evidence and the accused member's undesirability has been established, the accused member shall be expelled.
5. A member expelled, under (c) above, shall be granted the privilege of appealing his/her case to the Board of Directors in writing. The decision of the board, by a majority vote, shall be final.

3. *Procedure regarding Board of Directors impeachment*

1. It shall be the duty of members of the Board of Directors to support and enforce the Bylaws and Standing Rules of the NPPA. A board member who willfully fails in his/her duty or who is guilty of conduct prejudicial to the best interests of the association may be impeached.
2. Complaints, accompanied by all available supporting facts and evidence against a board member, must be presented to the committee on judiciary in writing, endorsed by five (5) members in good standing.
3. On receipt of charges and evidence, the chair of the committee on judiciary shall send a copy of the complaint and supporting data to the accused board member by registered mail, notifying him/her of a reasonable time within which he/she may file a sworn answer, accompanied by counter evident he/she may care to present. Failure to file an answer within the prescribed time shall be considered an admission of guilt.
4. Whenever, in the majority vote of the committee on judiciary, the evidence presented justifies the charges made, the committee may recommend to the Board of Directors that the member be removed from office. In making such recommendation it shall be the duty of the committee on judiciary to present to the board a complete record of the charges against and evidence in support of the accused.
5. Any board member may be suspended from office by majority vote of the committee on judiciary.
6. Upon weighing facts presented by the committee on judiciary, the Board of Directors can remove a member from office by two-thirds (2/3) vote.

Codice deontologico *Fotoreporter Professionisti Associati (FPA)*

1. Scopi

Il codice deontologico dell'associazione FPA Fotoreporter Professionisti Associati ha lo scopo di:

- a) definire i principi di correttezza professionale in materia di fotografia, le sanzioni in caso di inosservanza degli stessi da parte degli aderenti all'associazione FPA ed i modi di esecuzione delle sanzioni medesime;
- b) contribuire ad assicurare che le immagini fotografiche siano realizzate con prestazione propria, senza imitazioni o comportamenti sleali e che le relative richieste di realizzazione, e/o utilizzazione da parte di terzi, abbiano - da parte dei fotografi - riscontri in termini di rigorosa correttezza professionale.

2. Normative di riferimento

Gli aderenti all'associazione FPA prendono atto che:

- a) le immagini fotografiche, in quanto connotate da creatività, costituiscono bene assoggettato alla disciplina della legge sul diritto d'autore (in Italia, legge 633/1941 e successive modifiche);
- b) l'autore della fotografia vanta su di esse – come tale – i diritti patrimoniali e morali riconosciuti dalla legge, che ogni altro appartenente all'associazione è tenuto a rispettare e/o a far rispettare (segnatamente, quanto al diritto di paternità, e all'integrità dell'opera), astenendosi altresì da ogni possibile imitazione dell'immagine fotografica altrui.

Segnatamente, costituisce imitazione illecita – se non espressamente autorizzata per iscritto dall'autore – ogni forma di rielaborazione creativa, disciplinata dalla legge vigente (art. 4, legge 633/1941);

3. Identificazione dell'autore

Le immagini fotografiche devono essere sempre accompagnate da indicazioni sufficienti all'identificazione dell'autore ed al corretto uso delle immagini.

4. Comportamento generale

Il fotografo deve improntare tutta la sua condotta, anche al di fuori dell'esercizio della propria attività professionale, a lealtà e correttezza nei confronti dei colleghi, rispettando la parola data e usando la massima cortesia.

5. Cessione dei diritti

La cessione, da parte del fotografo, dei diritti inerenti la fotografia, deve essere posta in essere in maniera tale da non provocare la lesione dei diritti di terzi.

6. Cessione con finalità di informazione e satira

Nel rispetto del Codice d'onore dei giornalisti, le immagini fotografiche fornite con finalità di informazione a quotidiani e periodici devono essere rispettose dei diritti dei singoli e degli Enti, e non essere manomesse in modo tale da distorcere una corretta informazione. È ammessa l'alterazione delle immagini destinate a fini di satira politica o di costume, a condizione che le copie poste in circolazione o consegnate ai clienti siano accompagnate dalla chiara indicazione dell'avvenuta manomissione.

7. Divieto di assunzione di immagini dal mezzo televisivo

È fatto assoluto divieto agli aderenti all'associazione l'utilizzo a fini commerciali di qualunque immagine ripresa dalla tv se non per un utilizzo esclusivamente creativo.

8. Corrispettivi

I corrispettivi dei fotografi devono essere richiesti nel rispetto delle regole di corretta concorrenza commerciale. Ciascun fotografo si impegna a valutare con attenzione i propri livelli di costi e ricavi, ed a stabilire le proprie tariffe professionali in modo da non generare distorsioni del mercato.

9. Limiti alla indicazione di colleghi

Nel caso in cui il fotografo – per propri problemi di tempo, o di organizzazione – non sia in grado di realizzare direttamente o mediante propri dipendenti o collaboratori professionali ed abituali un lavoro richiestogli, non potrà indicare, per l'esecuzione dello stesso, fotografi che non siano professionisti.

10. Limiti nelle collaborazioni

Costituisce atto contrario al presente codice creare e/o utilizzare un sistema di collaborazioni – anche occasionali – con fotografi non professionisti. Si intendono tali i fotografi che non esercitino abitualmente e prevalentemente detta professione.

11. Cartelli, posizione dominante

Costituisce atto contrario al presente codice, l'adozione di comportamenti concordati tra professionisti volti alla comune determinazione di prezzi anormalmente bassi o di altre condizioni contrattuali in funzione di storno della clientela, così come l'adozione sistematica, da parte di un professionista in posizione dominante rispetto agli altri, di prezzi volti ad escludere gli altri operatori.

12. Autopromozione

Le operazioni di promozione della propria attività da parte del fotografo devono essere ispirate dalla correttezza, dalla verità e dal rispetto del lavoro dei colleghi. Il fotografo deve rigorosamente astenersi da qualsiasi iniziativa, attività o atteggiamento diretti a sottrarre un cliente ad un collega, col solo limite della mera presentazione e illustrazione dei propri lavori, e delle capacità professionali e tecniche che se ne desumano, senza alcuna valutazione comparativa con le attività o i lavori di altri colleghi, quali che siano.

13. Divieto di apprezzamenti denigratori e di comparazione

Il fotografo deve sempre astenersi dall'esprimere apprezzamenti negativi sull'attività professionale di un collega, e - in particolare - su una specifica altrui attività o prestazione, nonché sui presunti errori o incapacità da esse rilevabili e ciò anche quando succeda al collega stesso nella prestazione della attività in questione. Più in generale, deve astenersi dal denigrare in termini generici la professionalità e i risultati dell'attività di un collega.

14. Sanzioni

In caso di violazioni delle norme contenute nel presente codice deontologico accertate dal comitato direttivo dell'associazione FPA, i fotografi vincolati all'osservanza del presente codice saranno suscettibili di applicazione delle seguenti sanzioni:

1. il richiamo;

2. la deplorazione;
3. la censura;
4. la sospensione dalla qualità di membro della Associazione, per un periodo di tempo fino a 6 mesi;
5. la espulsione dalla Associazione.

Impegno diretto alla correttezza. Il Codice deontologico TAU Visual

A difesa della clientela, gli Associati TAU Visual, fin dal 1992, si impegnano a rispettare un Codice Deontologico – il primo del suo genere nel settore fotografico – che indica i punti concreti su cui il cliente può fare affidamento.

Si tratta di un Codice Deontologico volutamente semplice ed immediato, in grado di essere concretamente recepito da tutti gli operatori. Tale Codice – elaborato nel 1990 – è inserito fin dal 1992 nello Statuto, come parte integrante delle regole che gli associati devono rispettare per far parte dell'Associazione stessa. [...]

In seguito il concetto di “Codice Deontologico” è stato validamente ripreso anche da altre associazioni, che hanno proposto un altro modello di codice comportamentale, molto più dettagliato e complesso, ma per questo motivo di leggibilità molto più ardua per gli operatori del settore. La serie di punti riportati e commentati di seguito rappresenta il Codice Deontologico proposto da TAU Visual; l'intento è quello di suggerire una base su cui ragionare, per trovare dei comportamenti che non mirino soltanto a proteggere la categoria, ma anche e soprattutto a curare la linearità di rapporti fra fotografi e loro clientela. Se sempre più fotografi dimostreranno la loro correttezza, tutto l'insieme dei professionisti beneficerà di una maggior credibilità e di una maggiore stima.

IL CODICE DEONTOLOGICO TAU VISUAL

1. Il cliente deve essere sempre informato dell'entità del compenso professionale che il fotografo richiederà per la sua prestazione, e del diritto di utilizzo, pubblicazione

o trasmissione concesso/i a fronte di tale compenso, relativamente alle immagini del servizio.

2. Le immagini fotografiche devono essere sempre accompagnate da indicazioni sufficienti all'identificazione dell'autore ed al corretto uso delle immagini.
3. Le immagini cedute dal fotografo devono sempre intendersi non lesive di diritti di terzi. Se fotografo fosse a conoscenza di restrizioni anche solo potenziali all'impiego delle immagini, è tenuto ad informarne il cliente od utilizzatore, prima o contemporaneamente alla consegna delle immagini.
4. Le immagini fotografiche non possono essere cedute – se dietro compenso – in contemporanea a più clienti diversi, a meno di non avere raggiunto, con i clienti stessi, un accordo in questo senso.
5. *(per come modificato a far data dal 8 giugno 2006, su richiesta dell'Antitrust)**: Le prestazioni dei fotografi devono essere concesse nel rispetto delle regole di corretta concorrenza commerciale. Ciascun fotografo si impegna a valutare con attenzione i propri livelli di costi e ricavi, ed a stabilire le proprie tariffe professionali in modo da non generare distorsioni del mercato.
6. I materiali fotografici prodotti su commissione della clientela ed a questi non consegnati devono essere conservati con cura dall'autore delle immagini per tutta la durata del diritto concesso al cliente o, ove tale durata non sia stata pattuita, per dieci anni dalla realizzazione per le immagini fotografiche. Eventuali riutilizzi di immagini ed i relativi compensi, se non pattuiti originariamente per iscritto, verranno concordati di volta in volta con il cliente.
7. Le operazioni autopromozionali del fotografo devono essere corrette, in rispetto della verità e del lavoro dei colleghi.
8. Il rapporto con colleghi, modelle e modelli, attori, assistenti, operatori e collaboratori in genere deve essere improntato al più completo rispetto umano e professionale.
9. Per i fotografi che esercitino la professione in forma indipendente, tutte le prestazioni professionali, le cessioni di diritti d'uso o le vendite di fotografie o filmati devono essere correttamente descritte sul piano fiscale, emettendo fattura,

ricevuta o scontrino, in rispetto delle norme fiscali vigenti. I fotografi che operino in posizione di dipendenti sono tenuti a non esercitare attività concorrente a quella dell'impresa datrice di lavoro, a meno di non avere stilato in tal senso un esplicito accordo scritto.

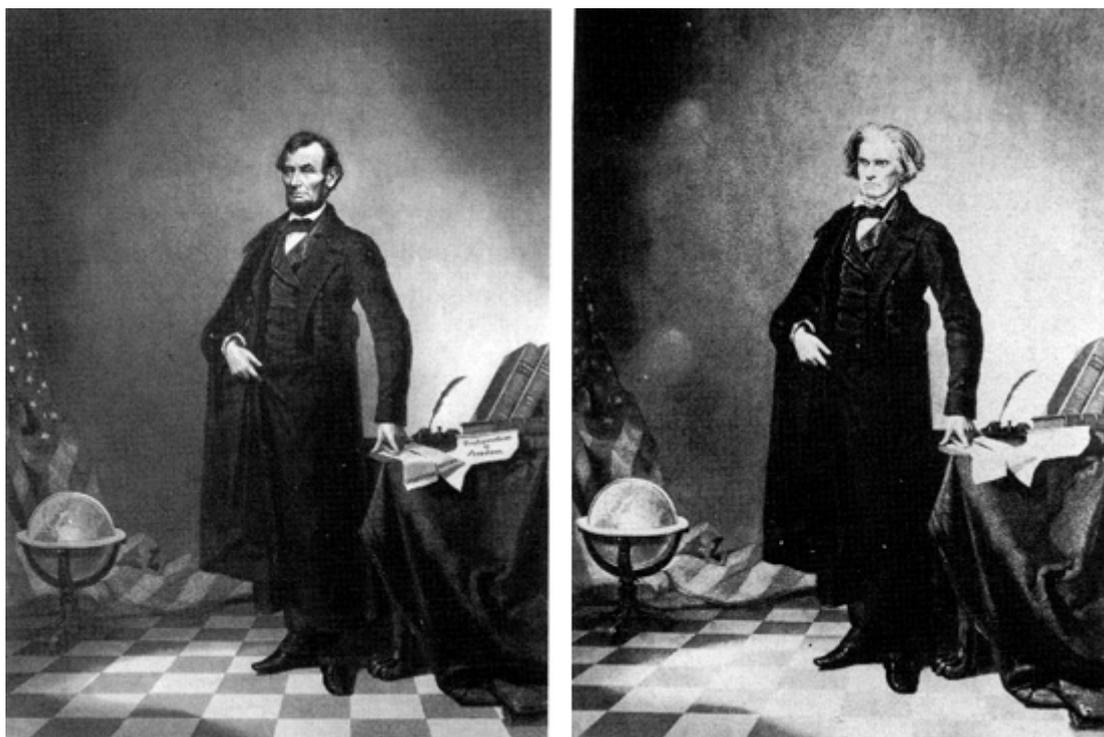
10. In rispetto al Codice d'onore dei giornalisti, le immagini fotografiche fornite con finalità di informazione a quotidiani e periodici devono essere rispettose dei diritti dei singoli e degli Enti, e non essere manomesse in modo tale da distorcere l'informazione. E ammessa l'alterazione delle immagini destinate a fini di satira politica o di costume, a patto che le copie poste in circolazione o consegnate ai clienti siano accompagnate da chiara indicazione dell'avvenuta manomissione.

* Il "vecchio" testo dell'articolo 5 del Codice Deontologico, come l'Antitrust ha fatto cancellare, recitava: *«Le prestazioni dei fotografi devono essere concesse nel rispetto delle regole di corretta concorrenza commerciale. Ciascun fotografo si impegna a non cedere le sue prestazioni sottocosto, intendendo per "operazioni sottocosto" quelle determinate su tariffe giornaliere od unitarie non sufficienti a coprire le spese annuali di gestione dell'attività, comprensive di un adeguato compenso per l'operatore. Non e' lecita alcuna vendita o prestazione di servizi sottocosto; è tuttavia possibile concedere gratuitamente le proprie prestazioni, limitatamente a casi motivati ed eccezionali, comunque non eccedenti il 5% delle prestazioni effettuate a pagamento, su base annua».*

Appendice C – Curiosità su alcuni famosi casi di falsificazioni fotografiche

Non è semplice, forse impossibile, riportare un elenco esaustivo degli esempi di fotografie false o manipolate che sono apparse nel corso della storia a partire dalla seconda metà del Diciannovesimo secolo. In quest'ultima appendice, dunque, ho scelto di mostrarvi solo alcuni dei casi più famosi che testimoniano come la fotografia perda la sua innocenza già molti anni fa. Con l'avvento del digitale, di fotocamere ad alta risoluzione, di computer e software grafici sempre più performanti, la manipolazione delle immagini diventa una pratica ancora più comune e precisa. Allora è ancora la tecnologia ad intervenire per scoprire anche quegli interventi compiuti sugli originali che sfuggono ad un'osservazione poco attenta. Tutte le immagini di seguito riportate fanno parte di una ricerca condotta dal Professore Hany Farid del *Dartmouth Computer Science Department*.

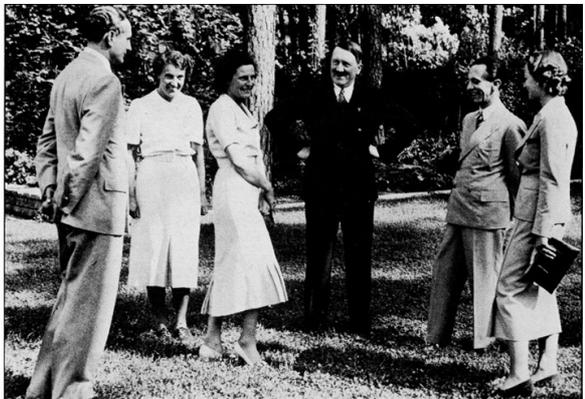
[\[http://www.cs.dartmouth.edu/farid/research/digitaltampering\]](http://www.cs.dartmouth.edu/farid/research/digitaltampering)



1860 circa: Il ritratto del Presidente degli Stati Uniti d'America (foto a sinistra) Abraham Lincoln è un'immagine composta dalla testa di Lincoln “montata” sul corpo del politico John Calhoun's (foto a destra). Teniamo conto che l'immagine è datata 1860 circa e ci mostra uno dei primi fotomontaggi documentati della storia della fotografia.



1930 circa: Stalin usò abitualmente far rimuovere i personaggi “scomodi” dalle fotografie che lo ritraevano. Il commissario presente nell'immagine originale (foto a destra) fu fatto scomparire dopo aver perso la sua stima.



1937: In questa immagine modificata (foto a sinistra) Adolf Hitler ha fatto rimuovere Joseph Goebbels (la seconda persona da destra) dalla fotografia originale. Rimane però poco chiaro il perché Goebbels avesse perso la stima di Hitler.



1942: Per dare l'impressione di un ritratto più eroico, Benito Mussolini ha fatto rimuovere lo stalliere del cavallo dalla fotografia originale.

Беседа Л. И. Брежнева с В. Брандтом

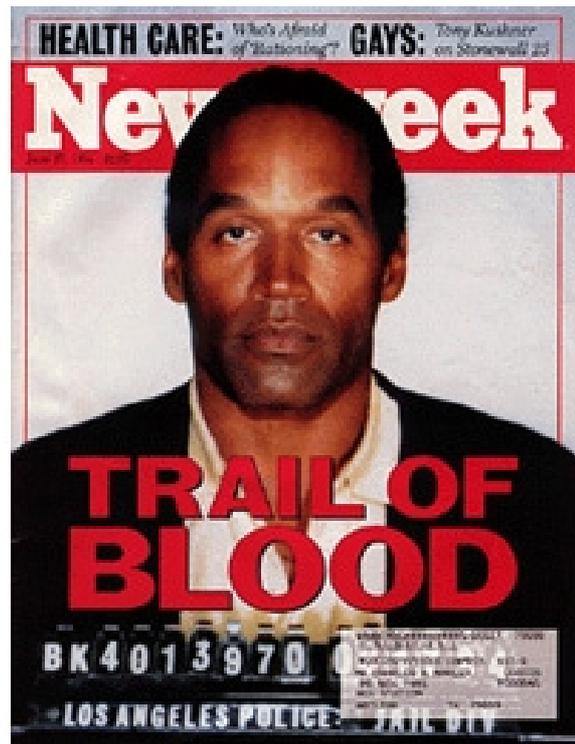
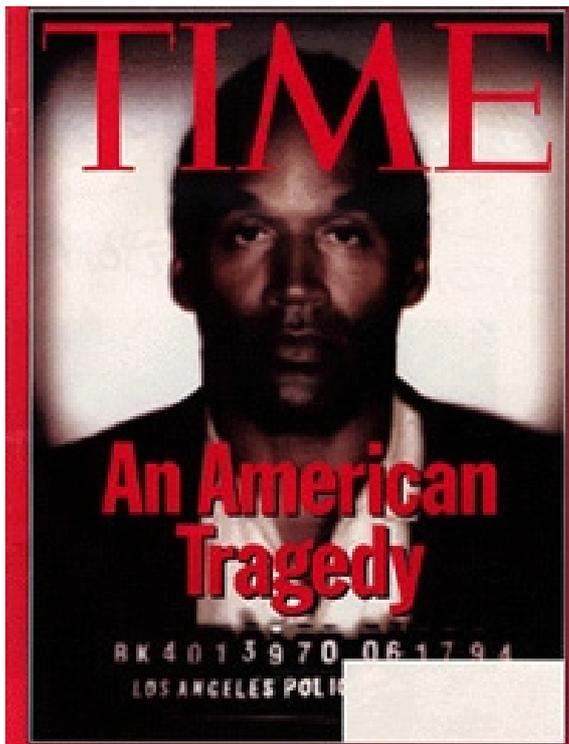
ЯЛТА, 17. (ТАСС). Сегодня в районе Ореанды состоялась продолжительная беседа между Генеральным секретарем ЦК КПСС Л. И. Брежневым и Федеральным канцлером ФРГ

В. Брандтом. В ходе беседы были затронуты актуальные вопросы развития отношений между Советским Союзом и Федеративной Республикой Германии и международные

проблемы, представляющие взаимный интерес, в особенности вопросы укрепления европейской безопасности. Беседа будет продолжена во второй половине дня.



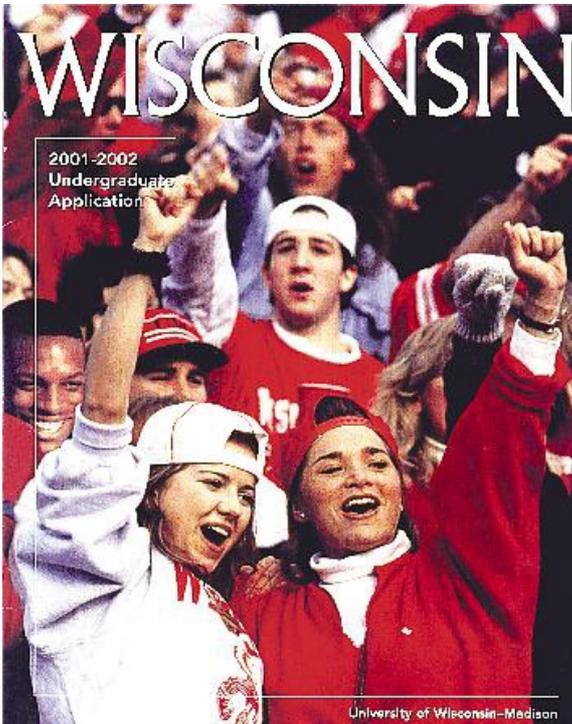
Settembre 1971: Il cancelliere tedesco Willy Brandt (la prima persona a sinistra), incontra Leonid Brezhnev (il primo a destra), segretario del partito comunista. I due fumano e bevono, ed è riportato come l'atmosfera fosse cordiale e i due politici ubriachi. La stampa tedesca pubblica una fotografia che mostra le bottiglie di champagne sulla tavola. La stampa sovietica, invece, ha rimosso le bottiglie dalla fotografia originale.



Giugno 1994: La fotografia (a sinistra) digitalmente alterata di OJ Simpson è comparsa sulla copertina della rivista «Time» subito dopo l'arresto per omicidio di Simpson. La foto originale compare invece sulla copertina di «Newsweek». La rivista «Time» successivamente è stata accusata d'aver manipolato la fotografia per rendere Simpson più "scuro" e "minaccioso".



Novembre 1997: Dopo l'uccisione di 58 turisti in un attacco terroristico presso il tempio di Hatshepsut a Luxor, in Egitto, la rivista svizzera «Blick» ha modificato la fotografia per far sembrare una scia di sangue che scorre dal tempio quella che nella fotografia originale (immagine a destra) è una pozza d'acqua.



Settembre 2000: L'università del Wisconsin a Madison, sperando di dimostrare la varietà razziale dei propri iscritti, ha modificato digitalmente una fotografia sulla copertina di un'opuscolo inserendo un allievo nero in una folla di tifosi bianchi. La fotografia originale dei sostenitori bianchi è stata scattata nel 1993. La foto dell'allievo di colore è stata realizzata nel 1994. I funzionari dell'Università hanno dichiarato d'aver passato l'estate alla ricerca di un'immagine che fosse rappresentativa della diversità culturale dei propri iscritti, ma senza successo.



Aprile 2003: Questa composizione digitale di un soldato britannico a Bassora, che invitava i civili iracheni a restare coperti, è comparsa sulla prima pagina del «Los Angeles Times» poco tempo dopo l'invasione dell'Iraq da parte dei soldati statunitensi. Brian Walski, un fotografo del «Los Angeles Times» con oltre trent'anni d'esperienza, è stato licenziato dopo che i suoi redattori scoprirono che il fotografo aveva unito due delle sue fotografie per “migliorare” la composizione.



Agosto 2006: Questa fotografia scattata dal fotografo libanese Adnan Hajj, mostra le spesse colonne di fumo nero che si innalzano dalle abitazioni della sua capitale dopo un raid aereo israeliano. L'agenzia «Reuters» che aveva inizialmente pubblicato questa fotografia sul proprio portale, l'ha ritirata nel momento in cui si era reso evidente il ritocco subito dall'immagine originale (foto a destra) finalizzato a mostrare una maggiore quantità di fumo nero.



Agosto 2007: La rivista Paris Match ha modificato questa fotografia del Presidente francese Nicolas Sarkozy rimuovendo alcuni dettagli di imperfetta forma fisica. La rivista si è giustificata dichiarando di essere intervenuta per regolare l'illuminazione sull'immagine, ma che la correzione si è poi enfatizzata in fase di stampa.



Febbraio 2008: Questa fotografia di Liu Weiqiang del «Daqing Evening News» ha vinto il premio come “una delle dieci foto giornalistiche di maggior impatto del 2006”. Una foto che rappresentava la possibile convivenza fra grande industria e natura, pluripremiata e pubblicata da circa 200 quotidiani in tutto il mondo, è in realtà un falso. Il fotogiornalista cinese, confessa e viene licenziato. «Il treno era reale e reali erano le antilopi – ha spiegato – ma il momento magico non era scoccato nonostante avessi atteso due settimane”. A quel punto aveva deciso di costruire quel “momento magico” in laboratorio, montando l'immagine di un treno che sfreccia sul viadotto con una che raffigura un branco di antilopi.



Settembre 2008: Questa foto del Governatore Sarah Palin è stata ampiamente diffusa su Internet, poco dopo l'annuncio della Palin come vice candidato presidenziale per la compagine repubblicana. Quasi subito si è capito che la fotografia era composta dalla testa di Palin e dal corpo di un'altra persona.

Bibliografia

- Abruzzo Franco, 2007, *I giornalismo*, [www.francoabruzzo.it]
- Ahtner Wolfgang, 2006, *Il reporter televisivo. Manuale pratico per un giornalismo credibile e di (buona) qualità*, Perugia, Morlacchi editore
- Altman Alex, 2007, *Banksy Unmasked? A Graffiti Mystery*, TIME Magazine [www.time.com]
- Antiseri Dario, Santambrogio Giovanni (a cura di), 1999, *Giornali: l'informazione dov'è?*, Soveria Mannelli, Rubbettino
- Assalto Maurizio, Silipo Raffaella, 1993, *IL CASO. Il fotomontaggio è la moda del momento: dove porterà? Ecco a voi il "giornalismo virtuale" dalle nozze della Schiffer a Di Pietro in manette*, Torino, «La Stampa», 19 luglio 1993, p. 14
- Associated Press, 2006, *What's new*, [<http://www.ap.org/newsvalues/index.html>] (consultato il 12 febbraio 2009)
- Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual, *Fotografi soci TAU Visual: Impegno diretto alla correttezza*, Milano, [http://www.fotografi.org/codice_deontologico.htm] (consultato il 10 febbraio 2009)
- Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual, *Foto giornalistiche con telefonino*, Milano, [<http://www.fotografi.org/telefonini.htm>]
- Balassone Stefano, 2000, *La tv nel mercato globale*, Roma, Meltemi
- Barthes Roland, 2003, *La camera chiara*, Torino, Piccola Biblioteca Einaudi
- Belpoliti Marco, 2003, *Nella fotografia si nasconde un conflitto tra arte e etica*, Torino, «La Stampa», 30 agosto 2003, p. 5
- Bergamini Oliviero, 2006, *La democrazia della stampa – Storia del giornalismo*, Roma-Bari, Editori Laterza
- Bergamini Matteo, 2009, *Fotomontaggi di cronaca*, [<http://www.fotoinfo.net>]
- Berlincioni Maurizio, 1997, *Storia della fotografia*, Firenze, Fotoreporter [www.catpress.com]

- Bettetini Gianfranco, Fumagalli Armando, 2002, *Quel che resta dei media. Idee per un'etica della comunicazione*, Milano, Franco Angeli
- Blaker Alfred A., 1985, *Fotografia, arte e tecnica*, trad. it. di Daniela Canclini, Bologna, Zanichelli
- Blangiardi Lorenzo, 2007, *L'informazione spettacolarizzata*, tesi di laurea, Firenze
- Boninu Lorenza, 2009, *Gaza censurate foto su Facebook foto di Guerra*, [www.agoravox.it]
- Busdraghi Fabiano, 2009, *Adriano Sofri: scegliere di aprire gli occhi alla realtà*, [www.busdraghi.net]
- Calvetti Paola, 2009, *Il mio scatto quotidiano. Intervista a Grazia Neri*, Milano, «Io Donna» settimanale del «Corriere della Sera», 21 febbraio 2009
- Capovilla Marco, 2006, *La deontologia del fotogiornalista*, [<http://www.fotoinfo.net>]
- Capovilla Marco, 2006, *Quando i pixel sostituiscono le manette*
- Carlotti Anna Lisa (a cura di), 2000, *Usi e abusi dell'immagine fotografica*, Milano, ISU-Università Cattolica
- Chini R., 1969, *Storia, tecnica e critica della fotografia*, in AA. VV., *Enciclopedia della stampa – Panorami storici II*, Torino, Società editrice internazionale
- Chong Denise, 2004, *La bambina nella fotografia. La storia di Kim Phuc e la guerra del Vietnam*, trad. it. di Paola Bonini e Susanna Bourlot, Torino, Codice
- Ciavatta Stefano, 2009, *Foto taroccate per “vendere” la guerra*, Roma, «il Riformista», 16 gennaio 2009
- Cioffi Andrea, 2007, *Vietnam, 8 Giugno 1972 (Nick Ut)*, *Violenza, orrore e archetipi in fotografia*, in [andreaocioffi.wordpress.com] (consultato il 2 febbraio 2009)
- Ciuffoletti Zeffiro, Tabasso Edoardo, 2005, *Breve storia sociale della comunicazione*, Roma, Carocci editore
- Clarke Graham, 1997, *The Photograph*, Oxford-New York, Oxford University Press
- Coletti Dario, 2008, *Photo reportage, Fotogiornalismo: scuole e corsi*, Roma, Istituto Superiore di Fotografia e Comunicazione Integrata, [www.corsifotografia.net]
- Colombo Furio, 1999, *Ultime notizie sul giornalismo. Manuale di giornalismo*

- internazionale*, Roma-Bari, Laterza
- Cuniberti Marco, Lamarque Elisabetta, 2006, *Percorsi di Diritto dell'Informazione*, Torino, Giappichelli Editore
 - Debenedetti Franco, 2008, *Non è colpa di Santoro se ormai il vero coincide con il bello*, «il Riformista», 14 ottobre 2008, [www.francodebenedetti.it]
 - De Bonis Maurizio, 2008, *Informazione, fotogiornalismo e sofferenza umana*, [www.puntodisvista.com] Articolo pubblicato su ©CultFrame 12/2008
 - De Paz Alfredo, 1986, *L'immagine fotografica. Storia, estetica, ideologie*, Bologna, Editrice Clueb
 - Della Bella Federico, 2009, *I bambini di Gaza e le fotografie da pubblicare*, [www.fotoinfo.net]
 - Dunn Geoffrey, 2002, *Photographic License*, New Times, San Luis Obispo, in [web.archive.org] (consultato il 5 febbraio 2009)
 - Eco Umberto, 2002, *Kant e l'ornitorinco*, Milano, Bompiani
 - Enrie Giuseppe, 1960, *Il miracolo della fotografia – compendio storico della sua invenzione e del suo progresso*, Torino, Società Editrice Internazionale
 - Faas Horst and Fulton Marianne, *How the Picture Reached the World*, in [www.digitaljournalist.org] (consultato il 4 febbraio 2009)
 - Favrod Charles-Henri, Zannier Italo, testi di, 1997, *L'archivio Favrod – La storia della fotografia come fotografia della storia*, Milano, Federico Motta Editore
 - Feininger Andreas, 1973, *Photographic seeing*, trad. it. di Vittorio Pigazzini, 1977, *L'occhio del fotografo*, Milano, Garzanti-Vallardi
 - Fiorentino Giovanni, 2004, *L'occhio che uccide. La fotografia e la guerra: immaginario, torture, orrori*, Roma, Meltemi
 - FOTOGRAFIA, dizionario di, 2001, Milano, Rizzoli-Contrasto
 - Fotoreporter Professionisti Associati Fpa, *Codice deontologico dell'associazione Fpa*, Roma, [<http://www.fotogiornalisti.eu/fpa/codDeontologico.asp>] (consultato il 10 febbraio 2009)
 - Freund Gisèle, 1974, *Photographie et société*, trad. it. di L. Lovisetti Fuà, 1976,

Fotografia e società, Torino, Einaudi

- Gavello Francesco, 2009, *Citizen Journalism: 6 Tips Per Comprenderlo Davvero*, [\[francescogavello.it\]](http://francescogavello.it)
- Gernsheim Helmut, 1981, *Le origini della fotografia*, Milano, Gruppo Editoriale Electa
- Gozzini Giovanni, 2000, *Storia del giornalismo*, Milano, Bruno Mondadori
- Hallin Daniel C., Mancini Paolo, 2004, *Modelli di giornalismo – Mass media e politica nelle democrazie occidentali*, Roma-Bari, Editori Laterza
- Iovine Sandro, 2007, *Quanto vale un cadavere in galleria?*, «Fotografia: Parliamone!», [\[sandroiovine.blogspot.com\]](http://sandroiovine.blogspot.com)
- Iovine Sandro, 2009, *Cose... strane dal mondo (della fotografia)*, «Fotografia: Parliamone!», [\[sandroiovine.blogspot.com\]](http://sandroiovine.blogspot.com)
- Lemagny Jean-Claude, Rouillé André (a cura di), 1988, *Storia della fotografia*, trad. it. di Mario Bonini, Firenze, Sansoni Editore
- Lester Paul Martin, 1991, *Photojournalism: An Ethical Approach*, Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associated Inc
- Lucas Uliano, Bizzarri Maurizio (a cura di), 1981, *L'informazione negata: il fotogiornalismo in Italia, 1945-1980*, Bari, Dedalo
- Lucas Uliano, 2007, *Presentazione della mostra: "Il fotogiornalismo in Italia 1945-2005"*, Fondazione Italiana per la Fotografia
- Luhman Nicklas, 2000, *La realtà dei mass media*, Milano, Franco Angeli
- Madesani Angela, 2005, *Storia della fotografia*, Milano, Bruno Mondadori
- Manodori Sagredo Alberto, 2006, *Fotografia. Storie generi iconografie*. Bologna. Bononia University Press
- Marini Rolando, 2006, *Mass media e discussione pubblica. Le teorie dell'agenda setting*, Roma-Bari, Laterza
- Marra Claudio, 2006, *L'immagine infedele. La falsa rivoluzione della fotografia digitale*, Milano, Bruno Mondadori
- McNab Andy, 2006, *Buio profondo*, trad. it. di I. Ragazzi e S. Tettamanti, Milano, Longanesi

- Melucci Alberto, 2000, *Culture in gioco*, Milano, il Saggiatore
- Menduni Enrico, 2008, *La fotografia*, Bologna, il Mulino
- Menduni Enrico, 2009, *Kim Phuc. Storia di una foto del Vietnam*,
[www.mediastudies.it]
- Menietti Emanuele, 2009, *Cheese, Mr President! Obama in digitale*,
[www.cattivamaestra.it]
- Mezza Michele, 2005, *Mediasenzamediatori.org*, Perugia, Morlacchi Editore
- Mormorio Diego, 1996, *Storia della fotografia*, Roma, Newton & Compton editori
- Morris John G., 2000, *Sguardi sul '900. Cinquant'anni di fotogiornalismo*, trad. it. di
Elena Rossi, Pescara-Milano, Le Vespe
- Muzzarelli Federica (a cura di), 2000, *Origini e sviluppi della fotografia nell'Ottocento –
Dispensa del corso di Storia della Fotografia Prof. Claudio Marra*, Università degli
Studi di Bologna, Facoltà di Lettere e Filosofia – Dipartimento delle arti visive,
Bologna, editrice Lo Scarabeo
- Nachtwey James, 2001, *Il mio rifiuto di accettare l' inaccettabile*, Milano, «Corriere
della Sera», 11 aprile 2001, p. 1
- Newhall Beaumont, 1969, *L'immagine latente*, trad. it., Bologna, Zanichelli
- Newhall Beaumont, 1984, *Storia della fotografia*, trad. it. di Laura Lovisetti Fuà, Torino,
Giulio Einaudi editore
- Niola Gabriele, 2008, *Google porta l'archivio Life sul Web*, Roma, [www.webnews.it]
- Ortoleva Peppino, 2001, *Mass Media – Dalla radio alla rete*, Firenze, Giunti
- Orvel Miles, 2003, *American Photography*, Oxford-New York, Oxford University Press
- Pagni Luca, 2008, *È cambiata la storia della fotografia di reportage...*, Roma,
[<http://www.photographers.it>] (consultato il 14 febbraio 2009)
- Papuzzi Alberto, 2003, *Professione giornalista*, Roma, Donzelli
- Peverini Paolo, Spalletta Marica, 2007, *Le immagini raccontano le notizie?*, I quaderni
di Desk n° 15, Roma-Napoli, Edizioni Ucsi-UniSob
- Pollo Paola, 2006, *Il tariffario degli scatti rubati. Un bacio? 15 mila euro*, Milano,
«Corriere della Sera», 6 dicembre 2006, p. 21

- Quinto Rapporto sulla comunicazione in Italia, 2006, *2001-2005 Cinque anni di evoluzione e rivoluzione nell'uso dei media*, Milano, Franco Angeli
- Rea Pino, 2004, *Perché ai fotoreporter non piace essere giornalista professionista?*, Libertà di Stampa Diritto all'Informazione, [www.lsd.it] (consultato il 20 gennaio 2009)
- Redazione LSDI, 2008, *Fotogiornalismo: da anni precarietà e deregulation affliggono la professione*, Libertà di Stampa Diritto all'Informazione, [www.lsd.it] (consultato il 12 gennaio 2009)
- Redazione LSDI, 2008, *Fotografi, "vessati e umiliati"?*, Libertà di Stampa Diritto all'Informazione, [www.lsd.it] (consultato il 15 gennaio 2009)
- Redazione LSDI, 2008, *Le foto dei lettori come specchietto per le allodole?*, Libertà di Stampa Diritto all'Informazione, [www.lsd.it] (consultato il 23 gennaio 2009)
- Redazione LSDI, 2008, *le Monde e la Repubblica, due diverse culture dell'immagine*, Libertà di Stampa Diritto all'Informazione, [www.lsd.it] (consultato il 20 gennaio 2009)
- Redazione LSDI, 2008, *Fotogiornalismo: va online l'archivio di Life*, Libertà di Stampa Diritto all'Informazione, [www.lsd.it] (consultato il 15 gennaio 2009)
- Redazione LSDI, 2009, *Come ti manipolo le foto*, Libertà di Stampa Diritto all'Informazione, [www.lsd.it] (consultato il 15 gennaio 2009)
- Redazione LSDI, 2009, *Fotogiornalismo: una professione a rischio di estinzione?*, Libertà di Stampa Diritto all'Informazione, [www.lsd.it] (consultato l'8 gennaio 2009)
- Regnani Gerardo, 2005, *Abu Ghraib. Fotografie-choc*, [<http://gerardo-regnani.myblog.it>]
- Regnani Gerardo, 2005, *Immagini. Assoluzioni e condanne*, [<http://gerardo-regnani.myblog.it>]
- Regnani Gerardo, 2008, recensione del libro *L'immagine infedele. La falsa rivoluzione della fotografia digitale* di Claudio Marra, [<http://gerardo-regnani.myblog.it>]
- Regnani Gerardo, 2006, *"Verità" fotografiche. La perenne ambiguità della fotografia*, [<http://gerardo-regnani.myblog.it>]

- Romano Sergio, 1997, *Dal "miliziano morente" al tragico incidente di Lady Diana: usi e abusi dell'immagine nel giornalismo del '900 FOTO & TV Falsi obiettivi*, Torino, «La Stampa», 27 dicembre 1997, p. 19
- Rouillé André, 1989, *La Photographie en France, textes & controverses: une anthologie 1816-1871*, Macula
- Ruscelli Mauro, 2005, *Il progetto Makadam*, PhotoBit.it, [<http://www.mauroruscelli.com/dblog/articolo.asp?articolo=940>]
- Santoni Simona, 2006, *Foto digitale e ritocchi: quando parlare di manipolazione dell'informazione?*, Panorama, [mytech.it]
- Sartori Giovanni, 2004, *Homo videns*, Roma-Bari, Editori Laterza
- Scandaletti Paolo (a cura di), 2003, *I codici deontologici dei comunicatori*, I quaderni di Desk n° 1, Roma-Napoli, Edizioni Iusob Ucsi
- Scandaletti Paolo, 2003, *Come parla il potere*, Milano, Sperling & Kupfer Editori
- Scandaletti Paolo, 2005, *Etica e deontologie dei comunicatori*, Roma, Luiss University Press
- Schiller, Herbert I., 1981, *Who Knows: Information in the Age of the Fortune 500*, Norwood, NJ: Ablex Publishing
- Society of Professional Journalists, 1996, *Code of Ethics*, [<http://www.spj.org/ethicscode.asp>]
- Sofri Adriano, 2009, *Il sacrificio dei bambini*, Milano, «la Repubblica», 7 gennaio 2009
- Sontag Susan, 2003, *Regarding the Pain of Others*, trad. it. di Paolo Dilonardo, 2003, *Davanti al dolore degli altri*, Milano, Mondadori,
- Sontag Susan, 2004, *Sulla fotografia – Realtà e immagine nella nostra società*, Torino, Einaudi editore
- Sorrentino Carlo, 2002, *Il giornalismo. Che cos'è e come funziona*, Roma, Carocci
- Tripodi Rocco, 2008, *La teoria del framing e i frames del terrorismo*, [roccotripodi.blogspot.com]
- Ut Nick, *Picture power: Vietnam napalm attack*, BBC News, in [news.bbc.co.uk], 9 maggio 2005

- Vitali Raffaele, 2003, *Il giornalismo fotografico è morto? Da Bresson a oggi: l'evoluzione di una professione*, Istituto per la formazione al giornalismo di Urbino - Università degli studi di Urbino, [www.uniurb.it]
- Wolf Mario, 2001, *Teorie della comunicazione di massa*, Milano, Bompiani
- Zaccaria Roberto, 2007, *Diritto dell'Informazione e della comunicazione*, Padova, Cedam
- Zagrebelsky Gustavo, 2008, *Contro l'etica della verità*, Roma-Bari, Editori Laterza
- Zannier Italo, 1978, *70 anni di fotografia in Italia*, Modena, Punto & Virgola
- Zannier Italo, 1993, *Fotogiornalismo in Italia oggi*, Quaderni di Fotografia 1, Venezia, Corbo e Fiore editori
- Zannier Italo, 1993, *Leggere la fotografia*, Roma, La Nuova Italia Scientifica
- Zannier Italo, 1982, *Storia e tecnica della fotografia*, Bari, Laterza
- Zannier Italo, 1988, *L'occhio della fotografia. Protagonisti, tecniche e stili dell'“invenzione meravigliosa”*, Roma, La Nuova Italia Scientifica
- Zennaro Luca, 2009, *Non mi fotografi, prego!*, [www.fotoinfo.net]