



■ Incontro-intervista con quattro fotografi d'agenzia: Adriano Mordenti, Roberto Koch, Angelo Turetta e Adriano Bartoloni.

Perché il fotografo tende ad entrare in agenzia? Lo fa per ragioni di tutela o anche per un maggiore approfondimento tecnico-professionale?

ADRIANO MORDENTI. Ci si «appoggia» a una agenzia per lavorare di più o per poter lavorare meno. Mi spiego meglio, una agenzia solleva, o così dovrebbe fare, il fotografo da mille incombenze quotidiane, consentendogli di dare più tempo al solo lavoro di ripresa, nel primo caso, o di attività ludiche e/o formative nel secondo caso. Inoltre la complessità del mercato editoriale e la lievitazione dei costi hanno favorito questa deprecabile tendenza.

ROBERTO KOCH. Non posso rispondere a questa domanda in senso generico. Ogni agenzia è diversa. I fotografi che lavorano con la Contrasto, a cominciare da me, cercano nella agenzia tutte queste cose, voglio dire un luogo dove confrontare con altri la propria esperienza professionale e cercare motivi di maturazione, una struttura che li appoggi, li rappresenti e li difenda nei confronti del mercato, e un ambiente di lavoro favorevole alla loro realizzazione. C'è da dire che tutto questo non è così facile da mettere in pratica. A volte, in molte agenzie, il fotografo si sente pericolosamente spersonalizzato, rappresentato solo in modo numerico e non particolare nei confronti dei giornali. Spesso anche i giornali (e molti fotografi) vedono le agenzie come il fumo negli occhi, perché capiscono solo gli aspetti a loro svantaggiosi della cosa. È un rapporto difficile e con molti aspetti, ma spesso un fotografo può trovare la propria massima realizzazione proprio attraverso una agenzia. Se è quella giusta. Pensa per esempio alla Magnum. Qual'è altra struttura ha mai contribuito di più alla storia del fotogiornalismo internazionale? È interessante anche notare come quasi tutti i fotografi che fuoriescono da una agenzia, spesso ne fondano un'altra, stando a significare che è il tipo di agenzia che fa la differenza.

ANGELO TURETTA. Per ragioni professionali o di organizzazione: con uno staff che lo sostiene il fotografo si trova sempre assistito e aiutato in ogni situazione.

ADRIANO BARTOLONI. Lo fa per un insieme di cose: il servizio deve arrivare completo sul tavolo di un direttore nel più breve tempo possibile; naturalmente entra in una agenzia anche per una migliore organizzazione. A mio avviso è necessaria, almeno per alcuni anni, l'esperienza d'agenzia.

Qual'è l'immagine-tipo del fotografo agli inizi degli anni 90?

ADRIANO MORDENTI. È mortificante. Non più artigiani e non ancora professionisti. Almeno in Italia.

ROBERTO KOCH. Il fotografo (e non solo il fotogiornalista) è un operatore estremamente importante della società contemporanea che, a seconda del proprio livello di consapevolezza, interviene con le proprie immagini nei meccanismi di informazione, propaganda, scambio culturale che caratterizzano l'ambiente in cui opera. La consapevolezza di cui parlo è molto importante perché è ciò che distingue, oltre alla qualità del lavoro, un fotografo dall'altro.

ANGELO TURETTA. La categoria dei fotografi è molto eterogenea: essere fotografo negli anni 90 può voler dire essere una persona privilegiata che può essere presente in situazioni uniche ed importanti nella storia dell'uomo, ma può anche voler dire essere una piccola rotellina di un ingranaggio molto più grande.

ADRIANO BARTOLONI. Il fotografo deve documentarsi e documentare con l'immagine un argomento soprattutto d'interesse mondiale.

Qual'è il rapporto tra chi produce (e vende) e il mercato?

ADRIANO MORDENTI. Un rapporto pessimo. Talvolta i fotografi non capiscono il mercato e i suoi problemi. Più spesso i venditori propongono lavori che non sono in grado di capire e valutare.

ROBERTO KOCH. A volte è un rapporto di stretta collaborazione, spesso è un rapporto di grande conflittualità. I fotografi hanno la responsabilità di non aver saputo negli ultimi anni in Italia far crescere la loro categoria nella consapevolezza del proprio ruolo professionale. Il mercato, e più precisamente i giornali, hanno la responsabilità di aver sempre tentato di rinchiodare i fotografi e le agenzie in un ruolo assolutamente inadeguato alle loro possibi-

Click!

Adriano Mordenti, Roberto Koch, Angelo Turetta e Adriano Bartoloni parlano del lavoro in «équipe» Come si lavora negli anni 90? Non più artigiani non ancora professionisti, almeno in Italia

Licenza di fotografare Agenzie, croce e delizia...

MARISTELLA IERVASI

tà e capacità. **ANGELO TURETTA.** A volte è un rapporto di reciproca stima e collaborazione, altre volte è un rapporto di reciproco interesse. La stampa ha degli interessi che a volte combaciano con quelli del fotografo, altre volte no. Negli ultimi anni il mercato editoriale è molto migliorato rispetto a 6 o 7 anni fa e riesce più spesso a stimolare il lavoro del fotografo.

ADRIANO BARTOLONI. La Cromia produce e vende per i settimanali. In questo caso rispondo che è un rapporto di collaborazione e d'interscambio.

Qual'è il peso (e l'importanza) che ha la fotografia negli strumenti di informazione della carta stampata?

ADRIANO MORDENTI. Avrebbe un peso maggiore se fosse usata con più pertinenza. Purtroppo mancano drammaticamente redattori fotografici. Pare che maestri come il compianto Prunas siano passati invano.

ROBERTO KOCH. Anche questo dipende dalla testata di cui si parla. In linea ge-

nerale posso dire che a mio parere la fotografia riveste nella maggior parte dei casi un ruolo di alleggerimento del piombo, per i giornali di informazione, e di distrazione non impegnativa e divertente per quel che riguarda le testate di costume. Ci sono ovviamente le eccezioni del caso, ma mi sembra molto importante sottolineare come quasi mai si vedono pubblicate delle fotografie che invitano alla riflessione, che inducono l'osservatore a ragionare, che problematizzano e informano al tempo stesso. Molto più spesso le foto pubblicate sono scopiazzature di campagne pubblicitarie o facili solleticamenti per il gusto morboso di molto pubblico. Siamo assistendo, comunque, forse, ad una inversione di tendenza in questo campo.

ANGELO TURETTA. Molto grande nei magazine, in alcuni settimanali e mensili. Solo di contorno nei settimanali politici e nei quotidiani.

ADRIANO BARTOLONI. Il peso della fo-

tografia è quello di dare al lettore nei pochi secondi in cui guarda l'immagine l'idea chiara e la dinamica dell'evento raffigurato.

Ci sono sostanziali diversità tra: a) Roma e Milano; b) l'Italia e altri paesi europei (Francia, Gran Bretagna e Germania), nel trattamento del fotografo e sul carattere «nobile» della fotografia? Il fotografo è al pari del giornalista o il suo è considerato ancora un «sottoprodotto»? È o no - il fotografo un protagonista, un artista? Ci sono queste diversità?

ADRIANO MORDENTI. Il «decreto Bonifacio» avrebbe dovuto equiparare la condizione del fotoreporter italiani a quella dei nostri colleghi di tutto il mondo riconoscendoci il diritto ad accedere all'Ordine dei giornalisti. Come si ricorderà gli editori (e parte dei giornalisti) fu contraria sostenendo che la fotografia non è giornalismo se non nobilitata dal testo scritto. Questa bizzarra teoria non è stata scalfita dal «de-

creto Bonifacio» e in realtà è risultata vincente. Questo spiega, in parte, perché il fotoreporter italiano ha grossi riconoscimenti all'estero ma non in patria. Consola sapersi in buona compagnia. La recente decolonizzazione ha svelato l'esistenza di un fotogiornalismo africano di grande qualità, eppure tenacemente ignorato in Italia. Un fotografo/autore come il mozambicano Ricardo Rangel, andrebbe fatto studiare nelle scuole. Anche la stampa specializzata ha le sue colpe. Il povero fotografo italiano conosce benissimo le orride foto della «nuova fotografia californiana» ma ignora il lavoro di Franco Pinna o la Cina di Garruba, l'Algeria di Dondero, la Trastevere di Bavagnoli, per citarne solo alcuni. Peccato... Sinceramente mi pare prematuro domandarsi se la fotografia è arte. Mi basterebbe gli venisse riconosciuto lo status di «linguaggio». Un linguaggio autonomo, con una sua grammatica, una sua cultura da studiare e rispettare. Rudolf Arnheim sostiene che non c'è alcuna differenza tra l'uomo che si guarda intorno e l'uomo che



■ Roberto Koch. La diversità tra Roma e Milano sono più tra i fotografi e le agenzie romane e quelle milanesi, che fra le due città. Le agenzie a Milano sono senza dubbio più organizzate e difendono meglio i loro interessi, a Roma la situazione è più spezzettata, in perenne staticità. Ma le vere differenze sono, ancora, tra l'Italia e gli altri paesi europei in cui è più forte la tradizione fotografica. Nonostante il mercato editoriale italiano sia uno dei più importanti in Europa è ancora molto lontano da una vera organizzazione. Questo perché il fotografo non è considerato ancora un protagonista dell'informazione editoriale. Nei giornali spesso mancano persone competenti specificamente nel campo fotogiornalistico, e questo impedisce un progressivo miglioramento della qualità delle fotografie pubblicate. Abbiamo assistito nei due anni scorsi, con la rinascita dei magazine dei quotidiani, ad un ritorno prepotente dell'immagine fotografica nei periodici, ma mi sembra che ancora sia più un fatto di quantità che di qualità. In ogni caso sono ottimista per il futuro, vedo segni di miglioramento, e credo che le cose cambieranno velocemente. D'altronde finché il fotografo per primo non si rende conto del proprio ruolo intellettuale, con tutta la fatica che ne comporta, non può pretendere che siano gli altri a riconoscerlo.

ANGELO TURETTA. Essere fotografo a Roma o a Milano non comporta differenze di sorta. Al contrario essere fotografo in Francia o in Usa è molto differente che esserlo in Italia. Per vari motivi: a) il numero e la qualità dei fotografi all'estero è nettamente superiore al nostro; b) le agenzie straniere hanno capitali d'investimento più elevati, capacità organizzative e professionali molto più grandi delle nostre dato che le persone non improvvisano la propria professione come al contrario avviene in Italia. Per questo motivo e per l'humus culturale nel quale il fotografo si trova ad operare, si può dire che sempre, all'estero, il fotografo matura di più e molto più velocemente che in Italia. Nessuno investe in mostre fotografiche italiane, sia per mancanza di fiducia, sia per lo scarso numero di buoni fotografi. Il giornalista e il fotografo fanno lo stesso lavoro con due metodologie diverse; nessuna delle due è superiore all'altra, ma al contrario sono strutturalmente complementari nel raggiungimento della buona informazione.

ADRIANO BARTOLONI. La diversità esiste tra l'Italia e l'estero. In Italia abbiamo fatto dei passi avanti ma c'è ancora molta strada da fare per ottenere un trattamento ottimale. All'estero il fotografo ha veramente un peso notevole. Nel settimanale il fotografo gode di un trattamento ottimale perché i due terzi del giornale è fatto di fotografie.

Se ci sono (queste diversità) come si difende oggi il fotografo? E l'Airf cosa fa?

ADRIANO MORDENTI. L'Airf ha troppi iscritti per essere rappresentativa della categoria dei fotogiornalisti. Inoltre temo riunisca persone con interessi contrastanti. Tutti i giorni vedo i colleghi migliori lottare per conquistare nuovi spazi democratici contro le censure, i divieti stupidi, le previazioni e anche io mi domando: l'Airf che fa?

ROBERTO KOCH. L'Airf, a quanto mi risulta come iscritto, non fa nulla da vari anni. Il motivo che la tiene in vita è legato solo al ruolo che rivestì nel passato, ai tempi delle prime battaglie per il riconoscimento professionale del fotografo. La mancanza di un sindacato, o di un vero inserimento nell'Ordine dei giornalisti (che riguarda per ora una esigua minoranza) è il nostro vero problema. I fotografi devono poter disporre di una vera associazione, che sia fatta solo da loro e per loro, all'interno della quale affrontare la propria crescita professionale.

ANGELO TURETTA. Penso che il fotografo abbia bisogno di due cose per «difendersi»: la propria capacità fotografica ed una agenzia bene organizzata e corretta. L'Airf ha fatto molto per i fotografi, adesso penso che il punto di riferimento per il fotoreporter debba essere l'Ordine dei giornalisti.

ADRIANO BARTOLONI. Il fotografo solo unendosi in associazione può far valere i propri diritti. Per quanto riguarda l'Airf oggi è una struttura impotente ma parte della «colpa» è anche di noi fotografi che presi dal nostro lavoro non le dedichiamo tempo e spazio per discutere i problemi.



Mario Dondero, «Lezione di musica al Mattonato», Roma 1985; in alto a sin. «Milano, partenza per la Germania» (part.) e a ds. «Torino, catena di montaggio: saldatrice» (part.) entrambe di Gianni Berengo Gardin

Vuoi vendere? Corri Idee, rapidità, stress

■ Il giornalista degli anni 90 scrive il suo articolo al computer. Il fotografo no. Lui è ancora e sempre legato a quel magico e insostituibile «click». Un piccolo, impercettibile scatto che apre l'obiettivo sulle cose del mondo. Un esercito di fotografi che fa arrivare ogni giorno sulle scrivanie delle redazioni di giornali e riviste il frutto del lavoro. A volte sono loro stessi a portare le foto. Il più delle volte, invece, sono i produttori che svolgono la parte più difficile e importante.

Ma quali sono le caratteristiche principali di una foto per essere venduta?

Ci risponde Antonio Stracqualursi, un giovane e bravo «free lance» che fa tutto da sé: dallo scatto fotografico allo sviluppo del negativo fino alla stampa e quindi alla vendita. «Per avere la certezza della vendita devi innanzitutto conoscere il tuo acquirente. Ad esempio, se ti rivolgi a un quotidiano, sapere che un giornale lavora in termini di colonne verticali e di teste di colonne per l'orizzontale. La foto, o la serie di foto che proponi, deve essere chiara, leggermente contrastata e accompagnata da una didascalia pertinente; il soggetto deve essere inquadrato in modo da lasciare ai grafici la possibilità di tirar fuori vari formati di stampa».

Ma chi è e per chi lavora un «produttore»? Di norma sono giovani che su due ruo-

te attraversano in lungo e in largo la città con borse stracolme di servizi fotografici. Lavorano per una agenzia o distribuiscono il materiale di un fotografo «free lance», fatturano il servizio e in base al venduto prendono una percentuale che varia dal 15 al 20% per un «venditore» d'agenzia e arriva al 25% nel caso di un «distributore» di free lance. Ma i «produttori» non sono definibili come categoria e non beneficiano neppure di una assicurazione per eventuali infortuni.

«Siamo liberi professionisti per modo di dire - afferma Marco Gavazza della «Master Photo» - il nostro è un lavoro stressante che rasenta la provvisorietà. Non abbiamo nulla di garantito, guadagniamo in base al venduto e in caso di malattia non siamo tutelati». Francesca Polverari di «Foto Sintesi» precisa: «Il «produttore» vende e propone, nel senso che cura i contatti con le testate e crea a volte spunti per l'agenzia. Ma va anche detto che il nostro è un lavoro che si basa sulla rapidità a seconda dell'urgenza e della concorrenza». Rista C.J. Bosch invece piazza le fotografie di Ivan Meacci, Sergio Ferraris, Marco Buso e Ferdinando Mezzelani. «Ricevo il materiale da distribuire ad una certa ora della mattinata e nel pomeriggio do inizio alla vendita. L'inconveniente del mio lavoro? Offro solo servizi d'attualità».

□ Ma. Ier.

Piccola mappa delle «foto-gallerie»

■ Dove andare a colpo sicuro per una mostra di foto? In città non sono molti gli spazi specializzati nel settore, e quasi tutti alternano mostre d'arte a mostre prettamente fotografiche. Ecco una mappa delle «foto-gallerie».

Tra le strutture pubbliche che si interessano dell'argomento, sicuramente la più attiva è l'ambasciata di Francia che riserva molto spazio alla fotografia all'interno di Villa Medici, con personali di grandi autori. Sempre in ambito francese, da segnalare anche il Centre culturel francoise a piazza Navona, che ospita soprattutto mostre ragionate. Sul versante italiano, Palazzo Braschi, piazza San Pantaleo, dedica regolarmente mostre a grandi fotografi, mentre il ministero dei Beni culturali organizza presso il complesso monumentale del San Michele a Ripa esposizioni fo-

tografiche.

Due scuole di fotografia della città hanno anche spazi espositivi: l'Istituto superiore di fotografia, via Madonna del Riposo 89, e l'Istituto europeo di design, via Salaria 222. L'Isf è quasi una galleria permanente dove si alternano personali, collettive e iniziative realizzate in collaborazione con istituti di cultura straniera (duratura è quella con il Goethe Institute). L'Istituto europeo correda di mostre soprattutto l'apertura e la chiusura delle lezioni, anche con collettive degli allievi.

Le gallerie. La più antica è Il Fotogramma di via Ripetta, che da qualche tempo è però attiva saltuariamente. Poco più avanti, a via Ripetta 67, c'è Al ferro di cavallo, libreria con sottostante galleria. Mostre anche al Centro culturale Mondopora, via Tomacelli 146, a La bottega dell'immagine, a via Madonna dei Monti nei pressi di via dei Serpenti, alla galleria Nadar, via del Governo Vecchio 32 e in qualche piccola galleria di via Giulia. Sporadiche ma imponenti apparizioni di foto, soprattutto rassegne storiche, vengono infine dalla Galleria Rondanini, in piazza Rondanini.

□ S.S.