

ORIZZONTI

**UN VOLUME E UNA MOSTRA** raccontano per immagini i primi anni del XXI secolo, dalle Twin Towers all'uragano di New Orleans, dallo tsunami alle guerre, c'è tutto meno la vita quotidiana. Ne parliamo con Uliano Lucas, Roberto Koch e Grazia Neri

■ di Gigliola Foschi

# Fotoreporter che mondo è questo?

# S

ei anni di drammi e cambiamenti avvenuti in ogni angolo della terra sono raccontati attraverso le immagini dei fotografi dell'agenzia Reuters, una tra le più importanti agenzie di fotogiornalismo del mondo, in grado di mettere in campo reporter di più di 70 nazionalità. Raccolte nel libro *Reuters. Lo stato del mondo* queste fotografie costruiscono una sorta di ritratto del pianeta capace di documentare tutti gli eventi più salienti del XXI secolo - dall'attentato alle Torri Gemelle allo tsunami del Sud-est asiatico o all'inondazione di New Orleans. Un ritratto composto da immagini intense, lucide, di altissima qualità, molte delle quali premiate dal World Press Photo. Tutti scatti che però, nel loro insieme, compongono una visione inevitabilmente parziale del mondo attuale, proprio perché quasi tutta concentrata sugli eventi che fanno notizia e quasi mai sulla vita quotidiana della gente. Dominate da un'estetica all'insegna della chiarezza e della sintesi espositiva, le fotografie di questo libro si rivelano perfette per essere pubblicate come foto singole sui giornali e per esemplificare visivamente una notizia precisa. Mirano cioè più alla descrizione immediata di un fatto, che non alla riflessione e all'indagine conoscitiva. Osservandolo dunque «in controluce», questo libro, senza perdere i suoi indiscutibili meriti, finisce per sollevare una serie di interrogativi sul senso e il destino del reportage contemporaneo. Il suo futuro è ormai segnato da questo continuo inseguimento delle notizie imposto dalle esigenze dei media? Esistono ancora spazi per quelle approfondite e ampie narrazioni per immagini che avevano fatto grande il reportage, quando *Life*, *Epoca* e *L'Europeo* vendevano centinaia di migliaia di copie? Proviamo a discutere di tutto ciò con Roberto Koch e Grazia Neri, direttori delle due agenzie fotografiche (Contrasto e Grazia Neri) che si sono impegnate maggiormente a promuovere la fotografia in Italia; insieme a loro Uliano Lucas, grande reporter e curatore di molte

**Lucas: i media prediligono una serie di flash drammatici che rubano la scena a forme di informazione più riflessive**

mostre tra cui la recente *Il fotogiornalismo in Italia. Linee di tendenza e percorsi 1945-2005*.

**Molte grandi agenzie fotografiche internazionali sembrano soprattutto impegnate a «coprire» la notizia per rispondere alle esigenze dei quotidiani. Non c'è il rischio che questo tipo d'informazione crei nello spettatore l'illusione di poter vedere tutto quello che accade nel pianeta, mentre di fatto molte situazioni e aree del mondo finiscono per essere dimenticate solo perché giudicate poco spettacolari?**

**Uliano Lucas:** «Senza altro. Anzi sono sempre più convinto che oggi l'informazione sia nella maggior parte dei casi disinformazione. I media, in quanto basati sull'imperativo di offrire notizie immediate e di massima spettacolarità, producono una serie di flash drammatici che rubano letteralmente la scena a forme di informazione più riflessive. In questo modo alimentano un vuoto di conoscenza e creano negli spettatori una partecipazione emotiva che dura giusto il tempo di un sussulto o di un moto di sdegno».

**Roberto Koch:** «L'informazione globale tende a dimenticare molte realtà e zone del mondo, che sono invece oggetto di attenzione da parte di tanti reporter e fotografi, i quali faticano a trovare spazio nei giornali. Non si può però attribuire questa mancanza a Reuters o AP o France Presse, agenzie che sono spesso le sole a mandare inviati nelle zone meno frequentate e conosciute del mondo. Credo che la tendenza generale alla spettacolarizzazione sia da attribuire alla modalità con cui i giornali sono costruiti. In sintesi: spesso le foto ci sono, e le agenzie sono le sole a produrle, ma il problema è che non vengono pubblicate».

**Grazia Neri:** «Il quadro non è del tutto univoco: su alcuni giornali femminili e certe riviste di viaggio, compaiono spesso reportage, realizzati da giovani fotografi molto bravi, che utilizzano nuovi lin-



Mehdy Kavousi protesta contro la legge olandese sull'asilo politico. Foto di Paul Vreekr da «Lo stato del mondo»

guaggi. Resta il fatto che la maggior parte delle immagini che compaiono sui media devono risultare immediate, facili e d'impatto: le foto drammatiche sfruttano infatti la nostra empatia verso la sofferenza e fanno vendere di più. Lo spettatore è bombardato da un eccesso di messaggi diffusi da tutti i media, e proprio questo eccesso spinge alla spettacolarizzazione: se non colpisci, non ti fai notare».

**Nel libro della Reuters i fotografi appaiono più come una squadra eccellente capace di lavorare all'unisono che non come una pluralità di autori distinti. Esistono invece agenzie fotografiche che promuovono il linguaggio dei singoli autori?**

**Koch:** «*Lo Stato del Mondo* è un libro molto importante perché individua e racconta le «emergenze» del nostro pianeta a partire da fotografie. Ed è la prima volta che ciò succede. Resta comunque vero che, nell'ambito dei diversi ruoli ricoperti da ciascuna agenzia, la specializzazione della Reuters non consiste nel proporre reportage approfonditi di un singolo autore: cerca invece di rispondere, nel più breve tempo possibile e con l'autorevolezza che la

contraddistingue, alle necessità di informazione che provengono da ogni parte del mondo. Altre agenzie invece - tra cui Contrasto come produzione propria e molte altre che rappresentiamo (dalla Magnum a Redux, a Laif, Amazonas, Hollandse Hogte, ecc.) - privilegiano uno sguardo approfondito d'autore, più adatto a render conto di realtà complesse con indagini costruite nel tempo».

**Neri:** «Molte agenzie fotografiche, compresa la mia, s'impegnano a promuovere i singoli autori anche con mostre e con libri. Certo mi piacerebbe poter realizzare più libri, perché credo che oggi siano lo strumento migliore per promuovere un fotografo, ma non sempre si riesce a causa degli alti costi e delle vendite ancora troppo limitate».

**Ma allora, un reporter che non intenda semplicemente inseguire le notizie, deve trascurare i giornali per puntare al libro o alla mostra?**

**Koch:** «La proposta giornalistica internazionale è senz'altro frammentata e non tende più all'approfondimento. Ciononostante sono davvero pochissimi gli autori che, una volta prodotto un reportage

**Il fotogiornalismo in Italia 1945-2005**  
Linee di tendenza e percorsi

Milano  
Museo di Storia Contemporanea  
Catalogo Aire

Fino al 7 gennaio

interessante, non riescano a pubblicarlo. Comunque è vero che non sono più i giornali a commissionare reportage importanti: è il fotografo che deve saper scegliere i temi e trovare quelle forme di finanziamento alternative che lo potranno aiutare a realizzare il suo lavoro, in buona parte poi ripagato dalle pubblicazioni sulla stampa. Tra i vari metodi per finanziare il proprio lavoro ci sono le borse di studio, i premi o le sovvenzioni che vengono rilasciate da istituzioni e fondazioni internazionali sempre più numerose. In Italia, ad esempio abbiamo creato recentemente il premio F (iniziativa comune tra Forma e Fabbrica), dedicato al migliore reportage per la fotografia impegnata. Si tratta di un premio internazionale importante, di 20.000 euro, che è stato assegnato alla fotografa americana Jessica Dimmock. Non è stato difficile selezionare ottimi reportage: esistevano già e questa è una prova che, quando la fotografia diventa per un autore una vera necessità, i mezzi per produrla si trovano».

**Lucas:** «Secondo me dar vita a racconti originali per tema e stile è sempre più difficile, perché le agenzie e i giornali rispondono alle dinamiche dell'informazione di cui parlavo prima, cosa che finisce col rendere dominante un certo gusto estetico e col determinare già a monte le scelte narrative di un giovane che vuole fare il fotoreporter. Se oggi uno vuole raccontare davvero la realtà con la macchina fotografica è costretto a lavorare ai margini. Non deve ambire a mostrare le sue foto al grande pubblico e a entrare nel mondo dell'informazione. Un mondo che, come quello dell'arte, è sempre più legato alle logiche del mercato. Dovrà invece seguire un proprio percorso di ricerca sfruttando quelle piccole nicchie di cultura, magari locale, che nel nostro Paese sono ancora quotidianamente alimentate da quelli che un tempo si chiamavano gli «uomini di buona volontà»».

**Ma a chi si rivolgono oggi i fotografi per trovare i fondi per realizzare le loro ricerche?**

**Lucas:** «Molti ottengono finanziamenti dalle associazioni di volontariato. Ma anche qui c'è una certa ambiguità, perché le stesse onlus, soprattutto quelle a diffusione sovranazionale, tendono paradossalmente ad abbracciare le scelte narrative dell'infor-

**Koch: i giornali non commissionano più reportage importanti E i fotografi devono cercare finanziamenti per lavorare**

mazione giornalistica standard. Un esempio per tutti è il binomio Salgado-Unicef, che ha contribuito a diffondere un immaginario «edulcorato» del Terzo Mondo, con una fotografia la cui raffinatezza estetica si fa veicolo di una raffigurazione stereotipata della povertà e delle culture non europee. Bisognerebbe guardare a latere di questi modelli dominanti, per elaborare nuovi modi di raccontare la realtà. È di questo che abbiamo bisogno, in un mondo del terzo millennio che è incredibilmente vecchio nei suoi schemi d'interpretazione».

**Neri:** «A differenza dei loro colleghi stranieri, i fotografi italiani, purtroppo, presentano di rado progetti ricchi di documentazione, capaci di invogliare un committente a finanziare il progetto. Certo, si possono ottenere soldi coi premi di fotografia, ma bisogna avere tenacia e saper accettare i rifiuti: per vincere il premio Eugene Smith occorre talvolta presentarsi 4 o 5 volte. La situazione più tragica in Italia è quella del fotografo di guerra perché i nostri settimanali usano i servizi di *Time Newsweek* e di altri giornali stranieri che danno garanzie e protezione ai fotografi. Tuttavia, nonostante tutto, alcuni fotografi, come Bruno Stevens e Paolo Pellegrin, sono riusciti a emergere investendo con sacrificio il loro tempo e il loro denaro».

**Non avendo più i giornali come referente principale, molti fotografi sembrano dunque aver scelto oggi il libro d'autore o la mostra personale. Si sta forse creando una divaricazione tra il reporter che lavora sulla notizia e invia le sue immagini via internet in tempo reale, e il fotografo che punta al riconoscimento del proprio stile?**

**Neri:** «Sì, credo che la divaricazione tra il fotografo di news e il fotografo-autore si farà sempre più ampia. La tendenza da parte delle grandi agenzie mi pare sia infatti quella di produrre immagini d'attualità usando sempre più i fotografi locali che, grazie all'uso del digitale, possono inviare i loro lavori in tempi rapidissimi via internet. Inoltre, grazie alla

EX LIBRIS

*Tutto ciò che dovete fare è tenervi il vento alle spalle*

Joseph Conrad  
«La linea d'ombra»

IL CALZINO DI BART

RENATO PALLAVICINI

## Molligliani o Modica?

**Nomen omen.** Mollica è il cuore del pane, morbido e plasmabile (da ragazzini si svuotavano le cirole e si creavano oggetti e animali di sogno). Mollica, inteso come pane, assorbe l'acqua e il latte e dà morbidezza a ripieni e polpettoni. Mollica, inteso Vincenzo, nella sua vita di inviato del *Tg1*, errante tra film, canzoni e fumetti ha assorbito e plasmato sogni. E siccome è un po' narciso non si è limitato a riprodurli e falsificarli, i sogni, ma c'è entrato dentro. In questa mostra allestita al Vittoriano di Roma (fino al 7 gennaio), dal titolo *Scarabocchi senza fissa dimora* (catalogo Gangemi Editore) potete ammirare i risultati di queste sue imitazioni-inclusioni nella forma di quadri, disegni, schizzi, piccoli ready-made. Mollica, oltre alla mollica, è un po' come lo Zelig alleniano che assomiglia a tutti quelli che incontra o come il cattivo di *Terminator*, cyborg liquido mercurioso, che assume tutte le forme e sembianze che vuole: diventa Vincenzo Paperica disegnato da Andrea Pazienza; Fred Astaire pennellato da Vittorio Giardino; giornalista fellinian-mastorniano nel *Viaggio a Tulum* di Milo Manara; e qualche volta succede che resti imprigionato, impastato nei grumi di colore di Mario Schifano. Però poi si vendica e passa dall'altra parte del pennello e della tavolozza. Sforna così piccole sequenze colorate (quasi un fumetto) che hanno una leggerezza foloniana e il suono della rima baciata che Mollica predilige. Ma il virus dell'imitazione-combinazione non perdona e si fa di nuovo «falso d'autore». Nasce così Molligliani, un Modi (anzi un Modica) sconosciuto che civetta, gioca e allunga il collo ai segariani e fleisheriani Olivia e Poldo Scaffini. Oppure rinasce il Boopismo, pseudo-movimento artistico generato e clonato da Betty-Boop (un'altra creatura fleisheriana) che ha invaso la storia dell'arte senza che nessuno lo sapesse. Mollica Vincenzo, come canta la poetessa Alda Merini, forse cerca la verità «seduto nell'ultima poltrona di un cinema di periferia». Per il momento constatiamo che ha trovato soltanto degli splendidi falsi che, come è noto, sono più veri del vero.



rpallavicini@unita.it

diffusione sempre più massiccia dei cellulari dotati di fotocamera, accade sempre più di frequente che siano i cittadini a fornire le informazioni visive per la stampa, come si è visto per il caso di Abu Grahlib, per l'attentato alla metropolitana di Londra e nel caso dell'uragano Kathrina».

**Lucas:** «Io non credo che si stia creando nessuna divaricazione. Anzi, andiamo verso un'assoluta complementarietà. Certo molte foto che finiscono oggi sui giornali, soprattutto su quelli italiani, sono robbaccia, foto pagate poche lire a giovani che vanno in Iraq, in Afghanistan con il mito del reporter di guerra. Ma al di là di questo c'è ormai un riconoscimento della foto d'informazione come prodotto culturale e artistico che fa sì che un certo tipo di immagini finisca tanto sulle prime pagine dei giornali e nei magazine patinati quanto nelle mostre d'arte, alimentandosi a vicenda. Si tratta allora di immagini di bravi professionisti, spesso dotate di un forte impatto estetico, che sono però altro rispetto al fotogiornalismo come era inteso in passato. Bisogna essere onesti in questo, riconoscere senza moralismi che queste immagini rispondono semplicemente ad altre esigenze rispetto all'informazione critica e «militante» di un tempo».