

DOMENICA DEGLI ITALIANI



Goffredo Fofi

# La fine della foto-verità

Il reportage fotografico non esiste più. Sui giornali l'immagine è ridotta ad accessorio se non nella pubblicità. La mostra organizzata dal fotoreporter Francesco Zizola per preservare il genere

**U**n ottimo fotoreporter, Francesco Zizola, va organizzando mostre (non solo sue) che difendono il nobile mestiere cui ha scelto di dedicarsi. Ma se si parla di difesa è perché il fotoreportage, genere illustre della cultura di massa del Novecento, attraversa una crisi profonda e forse irrisolvibile.

C'è chi ha detto che è stato il cinema l'arte del ventesimo secolo, c'è chi ha detto che è stata la fotografia. Salomonicamente, credo lo siano stati entrambi, e se dovessi dire qual è oggi l'arte più rappresentativa del nostro tempo, e la più ricca e vitale, citerei il romanzo a fumetti, il graphic novel. Certamente nella seconda metà del secolo non lo è più stata la pittura, "arte" per antonomasia, ridotta spesso a una museificata caricatura di se stessa nonostante alcuni grandi e degnissimi nomi (tra parentesi, ho letto di recente delle preoccupazioni dei grandi musei per lo "smaltimento" delle installazioni che hanno comprato negli ultimi decenni, che richiedono spazi enormi, la cui valutazione critica scema nel tempo a cui, per stare al passo, andrebbero aggiunte opere più recenti). Di fatto, l'umanità non ha mai consumato la quantità di immagini e di parole che oggi consuma, a rischio di restarne intasata, rimbambita. E la sua capacità di scegliere in mezzo al ciarpame ciò che ciarpame non è, è ridotta a zero dalla invadenza del mercato, che decide in ogni campo cosa è possibile consumare, cosa dobbiamo consumare. E dunque: fiction, e non "cinema", non "teatro", non "letteratura", ed eterodirezione (occulta) e non autodirezione (basata su gusti e pensieri propri). Fiction anche nella fotografia? In parte sì, a giudicare dalla presenza

della fotografia nella pubblicità, che rimanda a modelli unici, vedi l'uso del corpo femminile e maschile, di un post-umano artefatto e deodorato. Eppure, sugli stessi giornali che ospitano e impongono queste finzioni – se non lo facesse schiatterebbero: è la pubblicità a tenerli in vita – si parla di tragedie e di disastri giorno dopo giorno, e senza nulla tacere del brutto e dell'orrido che la cronaca e la storia propongono qui e altrove, però le foto che ci dovrebbero mostrare questo dolore sono rare e sottoposte alla logica del vistoso. Insomma, cambia solo il tipo di morbosità e si finisce per ricomporre questa schizofrenia in un unicum, confonden-

## La nuova arte

L'arte certamente più rappresentativa del nostro tempo, e la più ricca e vitale, secondo me oggi è il romanzo a fumetti, il graphic novel

do il realmente brutto e l'apparentemente bello in un'unica proposta, un mostro a due facce ugualmente distanti dall'esperienza. Insomma, il transeunte è la tragedia e il duraturo è la fiction.

Non sto a citare i grandi fotoreporter di ieri, tanti e formidabili, e neanche quelli che resistono e che è possibile vedere nelle mostre o negli annuari specializzati, strumenti molto istruttivi per le continuità e le differenze. Anche qui, si va verso preziosità tecniche e pittoriche oppure verso una brutalità che faccia colpo, e che

spesso sfiora l'effettaccio. Ci sono ancora fotoreporter "dal volto umano", che rispettano in modo evidente il soggetto rappresentato e sembrano captare paure e speranze perché in qualche modo le condividono, ma ci sono anche dei normali avvoltoi piccoli o grandi, come dovunque nell'esercito dei media. Ma quel che sconcerta è – in Italia con la sola eccezione onesta e rispettosa di "Internazionale" – l'assenza totale o quasi totale del "genere" fotoreportage, come se i giornali potessero farne tranquillamente a meno. Le loro foto sono quadratini con le faccette intercambiabili dei piccoli e grandi potenti della politica dell'economia delle arti, o foto singole di leader e divi di questo e di quello che si mescolano a quelle di sventurati nel pieno della loro sventura. La qualità della foto, la sua capacità di dire più e meglio del testo o di fungere da aggiunta necessaria al testo, conta assai poco, perché l'importante è catturare l'attenzione nella scorsa veloce alle novità del giorno. Il successo dei giornaletti regalati, finanziati dalla pubblicità, è esemplare della superficialità della lettura e della visione, cui resiste nei grandi quotidiani il bisogno della comunicazione interna al mondo del potere e dei suoi mediatori. La possibilità di vedere il mondo, di capire il mondo – e cioè gli altri da noi, e talora noi stessi – non è più contemplata, e il fotoreportage ha dunque perduto la sua funzione. Non serve a loro, e dunque non deve servire neanche a noi. L'esempio più macroscopico riguarda il fotoreportage di guerra, scomparso o ridotto al pieno servilismo nei confronti degli eserciti. E se qualcosa ci si svela ancora con le foto, capita sulla rete ma lì il valore dato al linguaggio conta ancora di meno. ❖

## tiscali: adv

Per la tua pubblicità su **l'Unità**

**Tiscali ADV:**

Viale Enrico Forlanini 21,  
20134 Milano  
tel. 02.30901230

mail: advertising@it.tiscali.com

Per necrologie, adesioni, anniversari  
telefonare al numero 02.30901290

dal lunedì al venerdì ore 10:00-12:30;  
15:00-17:30  
sabato e domenica tel 06.58557380  
ore 16:30-18:30

Tariffa base+Iva: 5,80 euro a parola (non  
verranno conteggiati spazi e punteggiatura)

Per pubblicità legale, finanziaria ed  
istituzionale:

**INTEL MEDIA PUBBLICITA' SRL**  
tel. 0883-347995  
fax: 0883-390606  
mail: info@intelmedia.it

**ANGELO FERRERI**  
scultore

Sei sempre nei miei pensieri  
nei ricordi nella casa e nelle cose  
che amavi tanto.  
Tua moglie Angiolina  
con immenso amore  
e tutti gli amici  
che non ti hanno dimenticato.

Milano 22/5/2011