Marco Capovilla

Un paese di fotoanalfabeti

Sull'uso della fotografia nell'informazione

Marco Capovilla

Un paese di fotoanalfabeti

I NUOVI SAMIZDAT N. 57

Marco Capovilla

Un paese di fotoanalfabeti

Sull'uso della fotografia nell'informazione

I NUOVI SAMIZDAT N° 57

Indice

5			Marco Capovilla raccontato da Sergio Durante
9			Un paese di fotoanalfabeti. Introduzione e ringraziamenti
13	1		Servono le fotografie sui giornali?
19	2		I giornali italiani
21		2.1	Sciatteria, incuria e negligenza
55		2.2	Scarsa indipendenza e asservimento al potere
65		2.3	Commistione con la pubblicità
71		2.4	Uso distorto del testo che accompagna la foto
81		2.5	Mancanza di senso di responsabilità sociale
95		2.6	Manipolazione digitale
111		2.7	Violazione del diritto alla privacy
117		2.8	Violazione del diritto d'autore
121		2.9	Perché tutto ciò avviene?
125	3		Cosa si potrebbe fare
127			Bibliografia e sitografia

Marco Capovilla

raccontato da Sergio Durante

Marco Capovilla è mio amico dai tempi del Ginnasio, che iniziammo a frequentare nel turbinoso 1969. Fin dai primi giorni fu chiaro che quel ragazzino avrebbe fatto parte del gruppo degli "irriducibili", nonostante l'aspetto spiccatamente infantile e la provenienza geografica, raramente perdonata dai padovani del Tito Livio a un extracomunitario di Ponte di Brenta. Non so se capiti in tutte le classi (mi piacerebbe poterne dubitare), ma nella nostra si era formata una mescola interessante di caratteri, determinati a fare delle mattinate scolastiche il tempo migliore della giornata. Ognuno col suo stile, che si combinava con altri in una miscela spesso dirompente, stabilimmo nella necessità di partecipare al processo rivoluzionario (che si supponeva in atto), la giustificazione per i più fantasiosi esercizi goliardici (goliardia che nondimeno respingevamo dall'alto di una incorrotta purezza ideologica).

Il contributo di Marco a quella variopinta follia quotidiana era misurato ma decisivo laddove si rendeva necessario un motto di spirito ben collocato, una dose di caustico sarcasmo, ironia ed autoironia senza limiti. La capacità di intravedere il lato comico della vita è una virtù naturale in Marco, in parte ereditata dalla sua cara mamma, una signora di gran spirito della quale ricordo il sorriso aperto, la naturale allegria e la caratteristica voce, gioiosamente squillante e un po' roca.

Marco fu sempre un ottimo studente, versato in ogni materia ma particolarmente in quelle scientifiche, alle quali lo avvicinavano un gusto innato per l'ordine e l'esattezza.

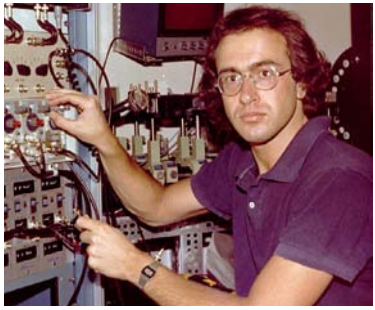
Un giorno, ormai al Liceo, la professoressa di matematica dopo aver disperato di ottenere una risposta sensata ad una domanda posta ripetutamente ai brocchi della classe, giocò infine la carta migliore: "parla tu,

Capovilla, che sei assennato…". Lo sventurato rispose … e da quel giorno fu per sempre "l'assennato Capovilla".

L'educazione politico–sentimentale di Marco procedeva anche e soprattutto fuori dalla scuola, grazie alla sua aggregazione ad una "Comune" dotata di una sede opportunamente situata nel centro di Padova, una "casa occupata" gestita da un gruppo di amici (uno dei quali ne era in realtà proprietario). Questi giovani, in parte (piccola) influenzati dall'ideologia maoista, asserivano il valore del lavoro agricolo e, in egual misura, dell'amore libero. Per pubblica ammissione, pare che il primo sia stato in quel torno di tempo prevalente nell'esperienza del Nostro.

Terminato il Liceo, Marco proseguì gli studi all'Università di Pisa, nell'ambito dell'Informatica applicata alla Biologia. Laureatosi con successo si perfezionò per tre anni alla Scuola Normale Superiore nel campo della Biofisica.

Poi ottenne una borsa per proseguire le proprie ricerche nell'Università della California a Berkeley. A un tale che – sentito del suo brillante traguardo – esclamò: "…ma allora sei un piccolo genio!" rispose lapidariamente: "sì…un genio piccolissimo!" Questo è Marco.



Il giovane scienziato a Berkeley nel 1982.

In quel tempo indagava il meccanismo visivo delle rane e più specificamente la loro visione notturna.

In occasione di una visita a Berkeley ebbi occasione di assistere personalmente ad un'interessante sessione di lavoro. Si trattava, preliminarmente, di riuscire a infilzare una cellula fotorecettrice (il cosiddetto "bastoncello") tramite uno strumento che lo stesso ricercatore doveva costruire da sé, con un procedimento tanto ingegnoso quanto semplice: le due estremità di un piccolo tubo di vetro venivano messe in trazione da una macchina, mentre la parte mediana veniva riscaldata da una fiamma viva finché il vetro si ammorbidiva e, allungandosi nelle opposte direzioni, produceva al centro un allungamento ed assottigliamento infinitesimale. Quando infine le due metà del tubo si separavano (il che avveniva un attimo dopo), il loro apice era tanto minuto da essere in grado di infilare – con l'aiuto di

un microscopio – la cellula da sottoporre a indagine. Cosa si facesse dopo, non lo so. Del resto la preparazione dello strumento mi era sembrata tanto raffinata da lasciar sospettare sviluppi interessanti.

Tutti gli amici erano fiduciosi che a Marco si stesse schiudendo una brillante carriera di scienziato, quale in fin dei conti ci era sempre apparso. Invece no. Nell'ordine della sua mente, che a tratti può apparire eccessivo nella sua geometria, si era prodotta una chiarificazione ulteriore ma in una direzione nuova e imprevedibile. Annunciò che alla fine di quei tre anni di lavoro in America avrebbe lasciato le scienze per dedicarsi alla fotografia, un'attività che aveva coltivato da anni ma che non si sospettava fosse per lui così importante. Cercai di farmi una ragione, di capire la continuità logica fra lo studio della visione notturna delle rane e la fotografia, ma mi spiegò lui stesso che non ce n'era alcuna … appunto! E proprio per la discontinuità la sua scelta fu importante, definitiva e – aggiungo – coraggiosa. Si trattava di una svolta netta alla quale credo non fosse estranea l'influenza, positiva in questo caso, della cultura statunitense, sempre aperta alla trasformazione. Si immagini però che quel passo Marco non lo avrebbe fatto a Berkeley o San Francisco, ma nella meno flessibile Italia, in una città come Milano, da egregio sconosciuto presentandosi: "Marco Capovilla, fotografo. C'è lavoro per me?"

La carriera successiva dimostra che era possibile e giusto; dimostra anche, fatto interessante, che niente degli studi precedenti è stato perduto, perché l'aspirazione alla chiarezza degli studi scientifici ha trovato una sede nuova, tanto nel lavoro fotografico e fotogiornalistico, quanto nella riflessione teoretica, della quale si avvantaggiano gli studenti delle Università presso le quali Marco ha insegnato e insegna, a Padova e Milano (IULM e IES Abroad, presso l'Università Cattolica); come presidente dell'Associazione italiana giornalisti dell'immagine, promuove l'approfondimento degli aspetti teorici e deontologici dell'informazione perché, nonostante il tempo trascorso, Marco resta nel cuore un "irriducibile".

A quanto sopra, che confido l'amico mi vorrà perdonare, vorrei solo aggiungere che una bella carriera non mi parrebbe gran merito se vi avesse investito tutte le energie. Mi sembra tanto più bella perché ha saputo conciliarla con una vita di famiglia semplice e ricca, e con l'educazione dei suoi due bellissimi figli, Claudia e Tito.

Perchè ho lasciato alcune pagine bianche.
Questa pagina è stata volontariamente lasciata "bianca", nel senso che in essa non sono state inserite immagini arbitrarie, buttate lì a casaccio, tanto per colmare una mancanza. Se infatti ci si continua ad aspettare che in ogni spazio bianco debba necessariamente essere collocata un'immagine, già questo atteggiamento racchiude in sé i principali problemi che la società italiana e i suoi editori hanno nell'affrontare il tema delle fotografie nell'informazione: le immagini, infatti, non possono essere considerate dei semplici riempitivi di buchi vuoti.

Un paese di fotoanalfabeti.
Sull'uso della fotografia nell'informazione.

Questo volumetto è il distillato di una ventina d'anni, quasi, di dibattiti, di discussioni, di articoli – e di repliche agli stessi – che sono nati e si sono sviluppati all'interno di un gruppo di fotogiornalisti riuniti all'interno di un'associazione dal nome inequivocabile: "Fotografia & Informazione", Associazione Italiana giornalisti dell'Immagine. Questa associazione è nata formalmente a Milano nel 1995, ma già di fatto si era formata in maniera spontanea e non ufficiale grazie ad un gruppo di fotoreporter che seguivano professionalmente i processi della stagione di Tangentopoli dentro e fuori dal Palazzo di Giustizia di Milano. Proprio in quel periodo, discutendo nelle pause dei processi e delle vicende ad essi connesse diedero vita ad un gruppo di "giornalisti dell'informazione visiva".

Di questo gruppo entrai a far parte fin dai primi mesi dopo la sua formazione, pur non facendo parte della schiera di cronisti giudiziari che seguivano Tangentopoli, ma intuendo che i temi che al suo interno si dibattevano riguardavano l'intero comparto dell'informazione veicolata da immagini. Ero, all'epoca, già fotografo professionista in ambito editoriale da dieci anni e giornalista pubblicista da sette. Il tema della fotografia e quello dell'informazione costituivano oramai il nucleo solido attorno al quale si svolgevano sia la mia professione, sia la mia riflessione.

Un momento decisivo per la definizione e la crescita dell'associazione fu l'organizzazione di un convegno al Circolo della Stampa di Milano, nel maggio del 1995, dal titolo "La fotografia sul giornale". Buona parte del gruppo di fotoreporter, ma anche di critici e storici della fotografia, di giornalisti, di photo editor, di commentatori e massmediologi che ne fecero parte ha costantemente alimentato, a partire da quella esperienza, un dibattito che ha finito per essere, per molti anni, uno dei pochi, se non l'unico luogo (fisico e virtuale) in cui si è discusso in tono non accademico e ingessato ma consapevole e appassionato – e in ogni caso non per questo meno qualificato – del rapporto tra immagini e testo scritto nei mass media, dell'uso della fotografia nell'informazione, di deontologia professionale, della grande rilevanza e criticità del concetto di rappresen-

tazione nelle immagini destinate a documentare la realtà che ci circonda. Negli anni i dibattiti si sono svolti sempre più attraverso il sito internet dell'associazione: www.fotoinfo.net. Ma non sono mai mancati gli appuntamenti periodici di discussione e di confronto anche con realtà esterne, in convegni e dibattiti pubblici, oltre che attraverso mostre, proiezioni di film e documentari e attraverso l'organizzazione di tavole rotonde.

Questo libro, pur essendo il mio personale punto di vista sulla materia, inevitabilmente attinge ai temi trattati su "fotoinfo" e riflette, direttamente o indirettamente, le tante discussioni che, sui temi che qui tratterò, si sono intrecciate nell'ambito che ho descritto. E' per questo motivo che sento il dovere di ringraziare tutti gli amici, colleghi, studiosi e ricercatori che in questi anni hanno dato il loro contributo al dibattito che si è svolto all'interno di – ma anche intorno a – Fotografia & Informazione. Senza i loro stimoli continui e senza la loro generosità intellettuale, le loro provocazioni, i loro sdegni civili e le loro intelligenze critiche questo libro non sarebbe mai venuto alla luce.

Infine, partendo dalla constatazione che nei tre mesi appena trascorsi il sito dell'associazione, vero archivio storico di tutti i nostri sforzi in questi anni, è stato inspiegabilmente attaccato e sfigurato da ignoti pirati informatici, ed è stato quindi costretto a rimanere silente mentre esperti di sicurezza e redattori ne ricostruivano il tessuto lacerato, vorrei dedicare l'uscita di questo volumetto nella collana dei Nuovi Samizdat alla riapertura del sito dopo una prolungata e dolorosa sparizione forzata dal web.

Dedico questo libro a tutti gli studenti che in questi anni hanno svolto, nell'indifferenza della quasi totalità dell'accademia italiana, numerose tesi di laurea sul tema dell'uso delle immagini nell'informazione. E' anche grazie al loro lavoro, spesso svolto nell'isolamento e nella mancanza di supporto da parte delle università in cui hanno studiato, se qualche passo in avanti è stato fatto nella riflessione teorica in questo campo. Il mio ringraziamento, come membro del gruppo dirigente di Fotografia & Informazione, e anche l'incoraggiamento a proseguire su questa strada poco battuta e anche poco apprezzata, l'ho esplicitato in questi anni pubblicando le loro tesi di laurea, alle quali, quando è stato possibile, ho fornito un aiuto sotto forma di indicazioni bibliografiche per orientarsi, di interviste, di consigli, di riletture critiche degli elaborati.

Infine, considerando che da oltre dieci anni svolgo anche il ruolo di docente in numerose realtà formative italiane, voglio ringraziare tutti gli studenti che in questi anni mi hanno spinto, con le loro domande, a interrogarmi sui tanti temi di cui abbiamo discusso. La loro visione "fresca", a volte ingenua, spesso provocatoria, mai banale, su questioni cruciali, mi hanno costretto a riconsiderare alcune certezze e anche a rivedere posizioni dogmaticamante adottatate forse troppo frettolosamente. Ho insegnato, e in molti casi ancora insegno come professore a contratto, in vari Master in Comunicazione e giornalismo scientifico, nel Master in giornalismo dell'Università IULM, nel consorzio di università statunitensi IES Abroad a Milano. Ho inoltre tenuto seminari e lezioni in varie Università italiane, nel Centro di formazione Professionale R. Bauer, la più antica e rispettata scuola pubblica di fotografia di Milano, in numerose scuole secondarie superiori come "esperto esterno" sui temi della *media education*, e in altri ambiti ancora dove ho insegnato "Teorie e tecniche della comunicazione giornalistica".

Un doverosa precisazione: devo l'idea del titolo di questo volume alla lettura, alla fine degli anni '80, del libro *Mythographies* di Frédéric Lambert. Nel volume si fa uso del termine, immagino coniato dall'autore stesso, *analphotobètes*, che ho trovato molto brillante e anche convincente e che ho quindi provato a rendere in italiano con *fotoanalfabeta*. Spero di essere riuscito nell'intento e soprattutto che risulti immediato il significato di questo neologismo.

Questo libro cercherà di rispondere a tre domande:

1 – **la prima** è una vera domanda: servono le fotografie sui giornali? E se servono, a cosa e a chi servono?

2 – **la seconda** è invece una finta domanda. E' cioè una domanda retorica: è vero che sui giornali italiani, contrariamente a quanto accade all'estero, le fotografie – e le immagini in generale – vengono utilizzate malamente? Si tratta di una domanda retorica perché l'autore dello snello libretto che vi state accingendo a leggere ha raccolto, nel corso della sua venticinquennale carriera di fotogiornalista e di studioso dell'informazio-

ne veicolata da immagini, una tale mole di prove a favore di questa tesi che la risposta non può che essere SI'. Ma poiché i lettori dei Nuovi Samizdat sono abituati, per lo spirito illuminista che li anima e per la radicata tendenza ad indagare criticamente tutto quanto viene loro proposto, a non accettare nulla senza adeguate verifiche e controlli, sarà loro offerto ogni elemento raccolto al fine di suffragare, con ampiezza di esempi e completezza di prove, la tesi enunciata. D'altra parte, una volta dimostrata questa tesi grazie alla documentazione fornita a supporto, potrebbe anche essere utile indagare come mai questo maltrattamento delle immagini avviene e perché. Insomma, provare ad analizzare quali ne possano essere le cause: storiche, economiche, sociali, culturali.

3 – **la terza** è una domanda che nasconde al suo interno un auspicio: cosa si dovrebbe e potrebbe fare affinché questa situazione cambi e possa accadere che le fotografie sui giornali acquistino anche in Italia quella dignità di informazione giornalistica autonoma e autorevole che meriterebbero?

Nei tre capitoli che seguono, spero di riuscire a rispondere in maniera convincente a queste tre domande.

1 Prima domanda

Servono le fotografie sui giornali?

Per facilitare al lettore non specialista la contestualizzazione storica del tema che sto per trattare, ricorderò molto sinteticamente e rapidamente le tappe di un processo storico e di uno sviluppo tecnico che è invece avvenuto molto lentamente nel corso degli ultimi centosettant'anni, ma che spesso, dal cittadino del terzo millennio non esperto di storia dei mezzi di comunicazione, viene sbrigativamente e semplicemente dato per scontato.

Pochi anni dopo la scoperta del processo fotografico, presentato per la prima volta in Francia nel 1839, si assiste al proliferare, nel panorama editoriale europeo, di riviste periodiche illustrate caratterizzate da titoli inequivocabili: nel 1842 esce infatti a Londra *The Illustrated London News*, nel 1843 a Parigi *L'Illustration* e a Lipsia l'*Illustrirte Zeitung*.

Illustrirte Zeitung, Lipsia, 1865.

E' proprio in quest'ultima rivista mensile che nel 1845 appaiono delle incisioni ricavate da dagherrotipi (vale a dire da fotografie secondo l'invenzione presentata in Francia da Daguerre) che rappresentano la costruzione della stazione ferroviaria di Amburgo. Le illustrazioni, quindi, che in genere in quell'epoca erano ricavate da disegni o da altre forme di espressione dell'arte figurativa, erano state ottenute, in questo caso, partendo proprio da un'immagine fotografica. All'incisore incaricato del delicato compito di trasformare manualmente le fotografie in tavolette di legno incise veniva espressamente chiesto di interpretare e drammatizzare le immagini fotografiche per adattarle al gusto popolare, così da aumentare le vendite.

L'editore del periodico di Lipsia riteneva che fosse opportuno "*far uso dello stretto legame tra incisioni (in legno) e la macchina da stampa al fine di*

accompagnare le notizie relative ai fatti del giorno accostandole alle immagini e per rendere vivo il presente combinando assieme figure e parole."

Si era dunque già diffusa, oltre un secolo e mezzo fa, l'idea che in un mezzo di diffusione dell'informazione quale un giornale fosse utile e anzi strategico l'utilizzo combinato di parole e immagini, pur non essendo ancora stati esplorati scientificamente i motivi per i quali questa combinazione di stimoli visivi sarebbe preferibile al solo testo scritto.

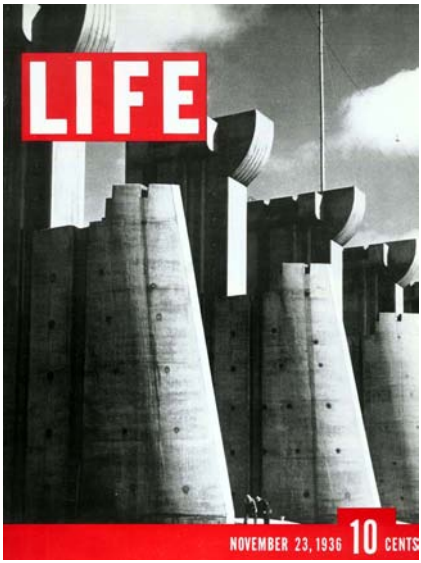
E' stato tuttavia necessario aspettare ancora qualche decennio, e arrivare verso la fine dell'ottocento, prima che la tecnica permettesse di trasformare in maniera automatica – e quindi più adatta ai processi industriali di stampa – le fotografie in lastre adatte ad essere inserite nei cliché tipografici. Si può notare che soltanto dai primi anni del 1900 i giornali quotidiani iniziarono ad utilizzare in maniera sistematica, progressivamente sempre più diffusa e non soltanto episodica, le fotografie.

Verso la fine degli anni '20 iniziò a farsi strada una nuova concezione dell'uso della fotografia nei giornali, non più unicamente per illustrare testi, ma come forma di espressione giornalistica autonoma. Il che comportò anche un progressivo cambiamento delle aspettative del pubblico nei confronti delle riviste: non era più l'importanza di un argomento a decidere la scelta delle fotografie, ma piuttosto la spettacolarità delle immagini a far propendere per la scelta di un argomento anziché di un altro. Non si mirava più alla sola soddisfazione del desiderio di informazione da parte del pubblico, ma si dedicavano energie e risorse nel tentativo di stimolare la sua curiosità. In breve, gli editori e i direttori stavano progressivamente comprendendo che le immagini servono anche – o soprattutto – a fornire un ingrediente importante che le parole quasi mai riescono altrettanto bene a offrire: l'emozione.

A tale proposito, anche senza scendere nel dettaglio degli studi che in anni recenti e recentissimi stanno cercando di fare luce sui meccanismi cerebrali preposti all'elaborazione degli stimoli provenienti dai recettori sensoriali, possiamo prendere queste parole del neufisiologo Lamberto Maffei, direttore dell'*Istituto di Neuroscienze del CNR* (e incidentalmente direttore, all'epoca, dell'Istituto dove in anni molto lontani ho condotto gli esperimenti sui quali si è basata la scrittura della mia tesi di laurea), come punto di riferimento per le nostre riflessioni: "Gran parte dei neuro-

ni della corteccia cerebrale rispondono all'informazione proveniente dagli occhi. Nella società odierna si è sviluppata una competizione per il controllo delle strutture che diffondono messaggi visivi, in particolare della televisione, nei cui messaggi la parola ha un ruolo spesso ancillare rispetto alle immagini. (…) Un'immagine nell'istante in cui arriva al cervello è già un'informazione completa, mentre le parole invece si inseguono in serie per arrivare a costruire un messaggio. Ne consegue che il messaggio visivo è più rapido del messaggio verbale e più convincente. Il messaggio visivo non lascia il tempo per l'analisi critica. Inoltre esso può essere associato ad altri stimoli, come ad esempio messaggi legati al cibo, alla sopravvivenza, al sesso, che lo rendono ancora più efficiente nello schivare le maglie cerebrali della critica."

Se la citazione di questa autorevolissima fonte è un primo elemento per cercare di dare una risposta scientifica di tipo fisiologico, e dunque oggettiva, alla domanda che ci siamo posti, possiamo aggiungere qualche altro dato che concorre a fornire altri elementi, in un certo senso perfino più persuasivi, perché basati sulle pratiche anziché solo sulle teorie.



Copertina di *Life*, 26 novembre 1936.

Voglio infatti qui ricordare un fatto rilevante che avvenne tra le due guerre mondiali, e che maturò prima in Europa e poi negli Stati Uniti: la nascita del moderno fotogiornalismo, vale a dire l'idea che alcune storie potevano essere raccontate con maggiore efficacia utilizzando principalmente fotografie accompagnate da testi scritti. Gli editori dei periodici, prodotti che avevano dei tempi di lavorazione un po' meno convulsi rispetto ai quotidiani e dunque potevano meglio affrontare il complesso e lungo processo di lavorazione delle immagini, capirono subito il potenziale rappresentato dalle fotografie per rendere non soltanto la parte cosiddetta giornalistica "più

avvincente", ma anche o soprattutto la parte pubblicitaria "più convincente" per proporre e cercare di vendere merci e servizi ai lettori.

Gli addetti ai lavori se ne resero conto così bene e così presto che, giusto per citare l'esempio più noto, fin dal primo numero la rivista *Life*, nata nel novembre 1936 e pubblicata dall'editore Henry Luce (imprenditore che già aveva lanciato con successo anni prima *Time* e *Fortune*) era stampato in bianco e nero per la parte giornalistica e a colori per la parte relativa alle immagini pubblicitarie. Una differenza che la dice lunga sull'intuizione secondo cui le immagini a colori danno all'inserzione maggiore forza, maggiore capacità di emozionare, maggiore potere di persuasione.

Tanto per dire della lentezza degli editori italiani nel raggiungere questa consapevolezza, le prime fotografie a colori, che adesso diamo per scontate, appaiono nei principali quotidiani italiani soltanto a metà degli anni '90, mezzo secolo dopo. E ancora una volta sono riservate, all'inizio, solo alla prima pagina e, nelle pagine interne, soltanto alle fotografie delle inserzioni pubblicitarie. Non a caso.

Vorrei concludere questa brevissima introduzione dicendo che, ahimé, l'humus culturale in cui è cresciuta la fotografia nel nostro paese non ha favorito una rapida affermazione e condivisione a livello sociale dei principi che adesso siamo in grado di sostenere con tanta lucidità. Si pensi, giusto per fare un esempio tra i tanti, che la fotografia, intesa come opera frutto dell'ingegno e della creatività dei suoi autori, era stata esclusa dal novero delle opere tutelate dalla legge sul diritto d'autore promulgata nel 1941, legge aggiornata ma tutt'ora in vigore, ed è stata inserita tra le forme artistiche meritevoli di essere protette soltanto quattro decenni più tardi, nel 1979.

E' comunque a questo punto assodato, anche a livello giurisprudenziale, il ruolo importantissimo che la fotografia, come forma di espressione, assolve nelle comunicazioni sociali. Lo troviamo attestato in maniera esplicita ad esempio in una recente sentenza della Cassazione (la n° 3721/2012 del 30 gennaio 2012) in cui viene affermato che:

> Richiamare l'attenzione del lettore anche con fotografie a corredo di un pezzo è pratica diffusa e spesso utile perché i lettori di oggi sono particolarmente catturati dalle immagini visive.

Fa certo sorridere che i sommi giudici della Cassazione sentano il dovere di specificare nel 2012, accanto alla parola "lettori" il fatto che questo fenomeno di "particolare cattura" avvenga solo "oggi", come se invece "ieri" questo potere ipnotico delle immagini visive non fosse stato già operante, come fin qui illustrato e soprattutto come secoli di lotte tra iconoduli e iconoclasti dimostrano. D'accordo, la nostra Corte Suprema ha i suoi tempi: meglio tardi che mai, si potrebbe concludere.

Corte di Cassazione. Fotografia non firmata dal sito: *http://giovannacosenza.wordpress.com/*

2 Seconda domanda

E' vero che sui giornali italiani, contrariamente a quanto accade all'estero, le fotografie - e le immagini in generale - vengono utilizzate malamente? E se è vero, perché questo avviene?

E' utile ricordare che i giornalisti italiani rispondono per legge ad un codice deontologico di condotta stilato nel 1993 e sottoscritto da Ordine dei giornalisti e Federazione Nazionale della Stampa (il sindacato). Esso viene periodicamente rivisto per adeguarlo agli sviluppi dei problemi che la professione giornalistica affronta in una società che cambia e per aggiornarlo alle sensibilità che progressivamente maturano nel tessuto sociale. Tale codice, tuttavia, riserva ben poca attenzione all'informazione veicolata dalle immagini. Questo fatto da un lato fornisce una misura dello scarso rilievo dato dai giornalisti nel loro complesso a tale forma di informazione, dall'altro lascia molti margini di arbitrarietà nell'applicazione, quando si tratta di immagini, dei principi del buon giornalismo.

I principi etici a cui si dovrebbero attenere i professionisti dell'informazione sono noti, e si applicano qualunque sia il veicolo di tale informazione: siano esse parole scritte, parole dette, immagini fisse o immagini in movimento (oltre naturalmente alla combinazione multimediale di tutte le forme appena elencate). Li ricordiamo, questi principi:

- ricerca della verità, aderenza ai fatti, accuratezza,
- onestà, imparzialità, lealtà, completezza, rilevanza, sobrietà del linguaggio,
- libertà, autonomia e indipendenza,
- umanità nei confronti dei soggetti deboli,
- senso di responsabilità sociale.

La lista delle cattive pratiche riscontrate nella stampa italiana nel trattare l'informazione giornalistica veicolata da immagini fotografiche è molto lunga e variegata. Ciascuna è riconducibile ad una o più violazioni dei principi etici sopra elencati. In aggiunta a queste violazioni del codice deontologico, si può anche riconoscere in alcuni casi il mancato rispetto di

alcune leggi italiane, da quelle relative al diritto d'autore a quelle connesse con il divieto di pubblicare immagini che possano offendere il comune sentimento della morale e la dignità umana.

Senza pretese di esaustività, ma con la convinzione di avere "mappato" negli ultimi vent'anni una casistica molto ampia di comportamenti deontologicamente scorretti, poco professionali e sostanzialmente "da ignoranti", ho provato a stilare un prontuario delle tante nefandezze giornalistiche che si possono compiere (tant'è vero che sono state effettivamente compiute) nelle redazioni dei giornali utilizzando le fotografie. Ho così individuato otte macro aree a cui afferiscono diverse tipologie di comportamenti scorretti. Eccole:

- sciatteria, incuria e negligenza
- scarsa indipendenza e conseguente asservimento "al potere"
- commistione con la pubblicità
- uso distorto o strumentale dei testi che accompagnano le foto
- mancanza di senso di responsabilità sociale
- manipolazione digitale
- violazione del diritto alla privacy
- violazione del diritto d'autore

Le caratteristiche delle singole categorie del nostro "prontuario delle nefandezze" a volte non sono così nette, nel senso che a volte si sovrappongono in parte con quelle di altre categorie, ma il solo fatto che siano stati individuati numerosi casi in cui esse si sono verificate suggeriscono di tenerle distinte e di presentarle separatamente. Quelli che seguono sono dunque esempi di "cattive pratiche".

2.1 Sciatteria, incuria e negligenza

All'interno di questa ampia area ritroviamo numerosi tipi di cattive pratiche. Le enumeriamo, per poi fornirne un'ampia casistica tratta dai giornali italiani degli ultimi quindici anni.

A. Ricorso a fotografie "spettacolari" e "di forte impatto visivo" ma prive di rapporto con la realtà
B. Fotografie approssimative, generiche, non aderenti al tema di cui si parla
C. Fotografie slegate dall'attualità di cui si parla e usate per anni, o tratte da archivi
D. Fotografie scelte per mancanza sia di immaginazione sia di uno sguardo innovativo, ma forse anche per desiderio di omologazione
E. Fotografie "costruite" cioè "messe in scena" in fase di ripresa, non verificate dalla redazione
F. Mancanza di conoscenze tecniche adeguate o colpevole noncuranza per le stesse
G. Fotografie utilizzate come pura ornamentazione anziché come informazione
H. Fotografie utilizzate come illustrazioni, come simboli, come richiami, come metafore

A
Ricorso a fotografie "spettacolari" e "di forte impatto visivo" ma prive di rapporto con la realtà

Le immagini giornalistiche devono essere "forti", devono "stupire", devono "cogliere alla sprovvista" il lettore, devono "essere inusuali", "straordinarie". Così ci insegna la teoria che si legge sui manuali di fotogiornalismo. Così prevede la pratica. Così ci conferma l'osservazione di ciò che si pubblica e la consuetudine editoriale diffusa a livello mondiale. Se si parla di una manifestazione di gay, le foto coglieranno gli aspetti più folkloristici (le "drag queens" con le piume di struzzo, i parrucconi biondi e i glutei all'aria, giusto per capirci). Se il tema è un corteo di protesta

contro la politica estera di Israele, di fronte al comportamento pacifico di centomila manifestanti si fotograferanno (e i giornali pubblicheranno, e i politici commenteranno) solo le foto dei soliti quattro, o fossero pure dieci, scalmanati che danno fuoco alla bandiera israeliana. Gli esempi che si potrebbero portare sono numerosi. E' quindi l'eccezionalità l'unica realtà che viene trasformata in notizia.

Ma i fenomeni in natura, come già gli antichi greci sapevano, possono presentare una notevole variabilità. I matematici e i fisici dei secoli passati hanno cercato di proporre dei modelli che descrivessero quanto più fedelmente possibile questa varietà. Un concetto che si è diffuso e poi affermato in tutti i campi delle scienze moderne, da quelle biologiche a quelle fisiche, da quelle astronomiche a quelle sociali, è quello di "distribuzione statistica". L'idea, cioè, che una popolazione, un insieme di fenomeni, un gruppo di elementi, hanno al loro interno delle caratteristiche che variano secondo leggi descrivibili statisticamente e secondo andamenti validi se considerati su un numero sufficientemente ampio di elementi. All'interno poi di ogni distribuzione statistica si possono osservare caratteristiche o elementi che si presentano con maggiore frequenza e altri invece che sono poco frequenti o, addirittura, rari.

Questi sono i concetti che impara uno studente di qualsiasi corso universitario di statistica, anche tra i più elementari, anche tra i più "divulgativi". Questo, viceversa, impara presto a dimenticare (o addirittura ne ignora del tutto l'esistenza) ogni giornalista, fin dal primo giorno di praticantato da cronista o da redattore. A partire dall'adagio che vuole che faccia notizia soltanto "l'uomo che morde il cane", e mai l'opposto. L'eccezione è notiziabile, la media statistica non merita attenzione alcuna. Se spostiamo il discorso, per nostra competenza, sul versante delle immagini, il risultato non cambia.

Vediamo un esempio. I giornali e le agenzie di stampa, con in testa l'ANSA, hanno pubblicato, a partire dal 23 aprile 2007, notizie relative alla siccità, all'abbassamento del livello dei fiumi e alla necessità di razionalizzare l'uso delle risorse idriche. Le immagini che hanno accompagnato queste notizie erano principalmente foto di varie zone del Po, da Pavia a Piacenza, da Cremona a Ferrara. In alcuni casi sono state utilizzate fotografie di località ignote, non a caso prive di didascalie, che avevano il solo

scopo di stupire, di impressionare visivamente, di far saltare sulla sedia l'ignaro spettatore: immagini di terre riarse dal sole, screpolate e spaccate dalla perdurante siccità. Al di là degli eccessi esotici, con tanto di presenza umana "etnica", stile santone indiano, ho deciso di confrontare la mia personale testimonianza con ciò che è apparso sui giornali e sui siti internet negli stessi giorni.

ALLARME SICCITÀ

16 LA REPUBBLICA — MERCOLEDÌ 25 APRILE 2007

Il Consiglio dei ministri prende tempo sulle misure da adottare. Mentre Regioni e Comuni chiedono al governo interventi strutturali

Siccità, tra dieci giorni scatta il piano

Stato di crisi, tregua armata nel governo. Mastella: "Non esageriamo"

ROMA — Il governo rinvia le decisioni e invoca la dea. Spera nella pioggia, l'unico rimedio possibile per evitare le sete primaverili, questo regalo avvelenato che il cambiamento climatico riserva all'Italia. Se entro dieci giorni le nuvole non ci avranno graziati, non resterà che proclamare lo stato di crisi, cioè rendere ufficiale il disastro idrico che il Po dimezzato, le piogge diminuite di un terzo e i ghiacciai ridotti al lumicino indicano già oggi con chiarezza. Il 4 maggio il Consiglio dei ministri tornerà a riunirsi e questa volta, se non interverranno cambiamenti meteo, scatterà l'allarme siccità, la cabina di regia unica per governare un'emergenza che è diventata strutturale.

Si è conclusa così, ieri mattina, una riunione del governo iniziata in maniera nervosa. L'immagine di un esecutivo diviso sulla terapia per mantenere in funzione i nostri rubinetti non è piaciuta a Prodi che ha tenuto a sottolineare come i punti di convergenza siano più numerosi delle divisioni.

Che le difficoltà ci siano è in realtà sotto gli occhi di tutti: è difficile negare la penuria idrica che a sorpresa assale il Nord più del Sud mentre Regioni e Comuni chiedono interventi strutturali, nel Comasco i vigili del fuoco fanno correre le autobotti per disseterare chi è rimasto a secco e il sindaco di Appiano Gentile firma un'ordinanza in cui si vieta d'innaffiare i giardini, lavare le auto, riempire le piscine private.

Eppure una differenza d'accento sulla interpretazione del fenomeno esiste. «Il problema è serio, ma c'è qualche esagerazione in proposito: non è che ci troviamo sem' acqua all'improvviso», ha detto il responsabile della Giustizia. Clemente Mastella, uscendo da palazzo Chigi. Su un'altra lunghezza d'onda il giudizio del ministro dell'Ambiente Alfonso Pecoraro Scanio: «Il governo è compatto, non ci sono divisioni e non polemizzo con Mastella. Oggi c'è stato un primo momento di riflessione, ma i dati forniti dalla Protezione civile non si prestano ad equivoci. Dobbiamo arrivare sull'acqua una grande operazione, come è stato fatto per l'energia: bisogna mobilitare risorse e intelligenze per utilizzare meglio un bene prezioso che sta diventando sempre più scarso. Si tratta di investire su nuove tecnologie e sulla biodiversità, dando incentivi alle aziende che risparmiano acqua».

Alfonso Pecoraro Scanio

"Diamo incentivi alle aziende che investono per risparmiare acqua"

Dopo aver incassato la pace armata all'interno del governo, Prodi ha ottenuto anche un ricompattamento bipartisan. L'ex ministro delle Politiche agricole Gianni Alemanno (An) ha invitato il suo successore «a difendere con forza la priorità dell'agricoltura che non deve essere resa subalterna a interessi particolari forti e concentrati che possono premere sulle decisioni politiche amministrative». «Ringrazio Alemanno per il continuo sostegno e per le sollecitazioni che mi rivolge anche in questo caso», ha risposto il ministro Paolo De Castro. «Mi auguro che la stessa sensibilità la si possa trovare anche in altri esponenti della Cdl quando ci saranno da compiere le scelte necessarie a difendere la priorità di un settore fondamentale per l'economia del nostro paese».

(a. ciuni.)

IL RACCONTO

La Repubblica 24/04/2007, pagina 16. Fotografia non firmata

Il Po, per come ci appare sul sito di *Excite* (tratto dall'*ANSA*) il 23 aprile 2007 e sulla prima pagina di *Repubblica* il 24 aprile, sembrerebbe in condizioni disperate: ridotto ad un rigagnolo; il letto del fiume, in primissimo piano, appare screpolato e l'acqua sembra oramai aver ceduto il posto al fango e alla terra. La didascalia ci informa che si tratta del Po nel tratto piacentino.

All'interno di *Repubblica,* a pagina 16, non sembra esserci molta più speranza di vedere il più grande fiume italiano riprendersi, dato che, sempre in un tratto della provincia emiliana, si presenta ancor più asciutto.

Sul sito del *Corriere della Sera* e sulle news di *Excite*, il 24 aprile, le cose non stanno molto meglio.

Il Giornale, aveva utilizzato un'immagine drammatica il giorno prima sul suo sito web, un'immagine tanto poco credibile da rendere impossibile la compilazione di una didascalia.

il Giornale.it

Allarme siccità: rischio black out Italia verso lo stato di emergenza

di Redazione - lunedì 23 aprile 2007, 15:39

Roma - «Se nei prossimi giorni non ci saranno precipitazioni al nord dovremo prendere in considerazione l'ipotesi dello stato di emergenza creando una cabina di regia come nel 2003». Così il ministro delle Politiche agricole Paolo De Castro commenta l'aggravarsi della situazione siccità soprattutto al Nord e in particolare nel bacino del Po e sui laghi alpini. La situazione del Po e di molti altri bacini italiani «sta diventando estremamente critica»

Il Giornale 23/04/2007, sito web.

A partire da queste immagini di dramma nazionale, il 25 aprile mi è venuto il desiderio di andare a vedere, a toccare con mano la situazione. Sulla autostrada A1, in prossimità dell'uscita Piacenza sud, nel bel mezzo del ponte sul Po, questa è la scena che si è presentata ai miei occhi: ho visto il Po scorrere tranquillo, largo come sempre, carico di acqua, con le rive verdeggianti di pioppeti come sempre, forse con qualche sasso in evidenza in più lungo l'argine, a causa dell'abbassamento effettivamente registrato dalle autorità competenti. Un po' me l'immaginavo, avevo intuito la spropositata visualizzazione che ne avevano dato i media nei giorni precedenti. Ma la differenza di cui sono stato testimone è stata superiore ad ogni aspettativa.

E' trascorsa un'altra settimana senza pioggia, sono apparsi nuovi allarmi siccità e nuove immagini di desertificazione imminente, siamo giunti al primo di Maggio e ho cercato un altro punto del Po dove verificare l'attendibilità dei media italiani. Mi sono recato a Cremona. Anche qui sono andato a piedi al centro del ponte, questa volta stradale, alla periferia della città lombarda. Stessa scena della settimana precedente.

Non tragga in inganno l'area bianca sul lato sinistro dell'immagine, si tratta della massicciata sassosa della Società Canottieri, con le scalette per scendere al fiume. Si presenta così tutto l'anno, a meno che non ci sia una

piena con minaccia di straripamento. Certo, nessuno si sognerebbe di negare che il livello del fiume sia diminuito, rispetto alla media. Nessuno si azzarda a dire che siano dati truccati, quelli diffusi dalla Protezione civile, dal Ministero dell'Ambiente e dal Magistrato del Po.

Il Po a Cremona, fotografato il 1° maggio 2007 dal ponte della Strada Provinciale n° 10. Fotografia Marco Capovilla.

Si tratta piuttosto qui di decidere se la scelta dei punti di vista più drammatici, degli angoli dove un'ansa del fiume particolarmente poco profonda – e dunque in secca – mette in evidenza ampie aree del greto sabbioso, rappresenti il campione che è lecito prelevare e mostrare per descrivere il tutto. Prendere una parte per raccontare il tutto: questa è la condanna a cui la fotografia è destinata per la sua stessa natura di frammento spazio–temporale. La potremmo chiamare "l'inesorabile sineddoche".

Si tratta di decidere, però, se quella parte è "significativa", per tornare al linguaggio scientifico, o se non si tratti invece, di una improbabile e addirittura infelice scelta, quanto a rappresentatività.

Si tratta di capire se nella distribuzione statistica stiamo prendendo la media, o anche la mediana, o comunque una porzione indicativa, sintomatica e rappresentativa, o se invece stiamo facendo assumere alle "code della distribuzione", come si dice in gergo, un significato che quelle "code" non hanno.

Si tratta di capire, tornando al vecchio criterio giornalistico, se a forza di cercare uomini che mordono cani non stiamo per caso trasformando, con la nostra professione al servizio dello "spettacolo dell'informazione", la realtà che pretendiamo di raccontare in una maschera tragicomica, in una parodia, in una grottesca brutta copia alla quale nessuno potrà più credere.

Perché, vedete, ogni lettore, ogni persona che abbia sotto ai propri occhi quel che viene descritto in maniera caricaturale ogni giorno dai media, prima o poi finisce per smettere di credere che quel che gli viene raccontato sia vero. Perché, almeno in qualche caso, quel lettore può fare il confronto diretto ed immediato con ciò che gli sta intorno. E allora il pericolo di spacciare in continuazione "code di distribuzione statistica" per "valori medi" è che nessuno crederà più nemmeno alle centinaia di migliaia di morti in Darfur, alle decine di vittime civili fatte saltare in aria quotidianamente in Iraq o in Afghanistan, agli oltre mille morti che ogni anno siamo ancora costretti a contare tra i lavoratori nei cantieri e nelle fabbriche del nostro paese.

Questo genere di informazione visiva drogata, sulla lunga distanza, non giova a nessuno: né ai fotografi, né ai giornalisti, né ai giornali, né ai loro editori. Soprattutto non giova al cittadino che desidera informarsi sul mondo, anche attraverso le immagini che appaiono sui giornali e nei siti web.

B

Foto approssimative, generiche, non aderenti al tema di cui si parla

Foto del tubo

Il tema delle "foto pressappoco", è un tormentone a cui mi sono affezionato, ma che in realtà continua a farmi disperare. Una "foto pressappoco" è quell'immagine che viene impaginata quando in redazione si cerca, senza troppa convinzione e con scarso entusiasmo, una fotografia tappabuchi che richiami visivamente "più o meno" il tema dell'articolo al quale si deve accompagnare.

Nel caso che qui illustro, nell'articolo "Una fusione per bloccare l'Enel", apparso su *Repubblica* del 25 febbraio 2006, a pagina 18, si parlava dell'imminente fusione di due aziende energetiche francesi: Suez e Gaz de France, fusione pensata per fronteggiare il tentativo di acquisizione da parte dell'italiana Enel. Nell'articolo, oltre che di assetti proprietari, scalate, quote societarie e mercati, si faceva anche un rapido accenno a progetti

di costruzione di centrali elettriche nel sud della Francia.

Avendo dello spazio libero dal testo da riempire con una fotografia (e qui sta il primo, fondamentale problema dell'impostazione di molti giornali italiani: il concetto di "buco da riempire") si è pensato ad una fotografia "in qualche modo" connessa con i principali temi trattati nella notizia.

di Gdf

legato allo statuto di Gdf. Introdotta in Borsa l'estate scorsa, la

vrebbe mantenere almeno un terzo del capitale del nuovo

dal finanziere belga Albert Frere, primo socio con il 7,2% e dal Credit Agricole.

La Repubblica 25 febbraio 2006, pag. 18. Fotografia non firmata.

La fotografia scelta in effetti è "in qualche modo" connessa: si tratta di una centrale elettrica. Per la precisione, della centrale geotermoelettrica di Larderello in Toscana, la prima, la più grande e quella di maggiore potenza tra quelle di questa tipologia installate in Italia. La centrale, che sfrutta i soffioni di vapore particolarmente diffusi sul territorio della provincia di Pisa che si trova a sud di Volterra, a ridosso delle colline metallifere, ha quattro grosse torri di refrigerazione, architetture industriali molto riconoscibili che comunemente vengono – a torto – identificate con le centrali nucleari, e una vasta rete di tubi di grosso diametro, dall'aspetto metallico, che altro non sono che vapordotti, cioè condutture termicamente isolate che convogliano il vapore dalle sorgenti dove viene captato fino alla centrale, ove, opportunamente miscelato, fa girare le elettroturbine.

In Italia questo è l'unico impianto con questa tipologia, con questa configurazione spaziale dominata appunto da immense e riconoscibilissime torri di raffreddamento, e rappresenta un'eccezione nel panorama nazionale della produzione di energia. In Francia di centrali di questo genere non ne esistono, per ora.

E allora questa fotografia di Larderello, cosa ci sta a fare in questo contesto? Proviamo ad indovinare: chi ha scelto la foto deve aver collegato il nome di una delle società coinvolte, Gaz de France, e deve aver pensato di dover cercare una fotografia in cui si vedano dei gasdotti. E di averla trovata. Inoltre, e questo non guasta, nella foto spiccano le torri di raffreddamento, e noi sappiamo come in Francia ci sia un gran numero di centrali nucleari (circa 80), che nell'immaginario comune vengono associate appunto a questo genere di eleganti torri svasate e fumanti. Il gioco è fatto. Gli ingredienti ci sono: la "foto pressappoco" è in pagina.

Il caso ha voluto però, stavolta, che l'autore delle pagine che state leggendo conosca bene l'argomento: io stesso qualche tempo fa, infatti, ho realizzato un servizio su questo tema per un periodico. Tant'è che la prima molla che mi ha spinto ad interessarmi a questa foto è stata proprio la straordinaria somiglianza con una foto del mio archivio.

Per straordinaria somiglianza si intende che la fotografia in questione è stata fatta dallo stesso identico luogo, in un orario identico o molto simile, con un'ottica identica, e quindi una resa prospettica, molto simile. L'unico particolare che rende distinguibili le due immagini è la disposizione dei fumi, le emissioni di vapore che essendo assai difficili da addomesticare, seguono i loro imprevedibili percorsi e le loro irripetibili configurazioni nel paesaggio e nel cielo.

Cosa c'entri questa immagine con la fusione societaria di cui parla l'articolo, non è chiaro. Ma una rapida ricerca in rete, per esempio sul sito dell'Enel, aiuta a fugare ogni ulteriore dubbio. La foto in questione si può visionare e poi anche scaricare gratuitamente (in alta risoluzione, 1900x1900 pixel) dall'archivio on–line dell'Ente Nazionale per l'Energia Elettrica. La foto è, nella sua forma originale, un formato quadrato, una pellicola 6x6, ci informa la nota tecnica, e l'immagine è anche correttamente didascalizzata, con un chiaro dove-quando-cosa: "Larderello - 04/08/2004 - Panoramica dei vapordotti. Sullo sfondo le torri di refrigerazione."

Dunque il criterio di scelta, ora possiamo dirlo con certezza, è stato quello della disponibilità gratuita di immagini per "riempire il buco". Rimane oscuro il motivo per il quale, tra le molte immagini (28 immagini di centrali di vario tipo, tralicci, operai e tecnici al lavoro) che gentilmente

l'Enel mette a disposizione dei giornali italiani, la scelta sia caduta proprio su questa. Si potrebbe dire il caso, a meno di non ipotizzare un elevato livello di cultura del grafico di turno il quale, sapendo che la località di Larderello deve il suo nome al marchese De Larderel, nobile francese stabilitosi in Toscana fin dalla metà del 1700, abbia voluto collegare con un ammirevole quanto improbabile doppio salto mortale informativo le società e le nazioni di cui parla l'articolo.

Collage di immagini tratte dal sito dell'agenzia Corbis ottenute scegliendo tra le centinaia di immagini che il sito restituisce digitando la parola chiave "gas pipelines".

Ho fatto una rapida ricerca on–line, digitando le espressioni inglesi "gas pipe", cioè tubazioni del gas, e "gas pipelines", gasdotti. Ebbene, il sito di immagini dell'agenzia di fotografie Corbis, una delle più grosse attualmente sul mercato internazionale, mi ha restituito centinaia di immagini, alcune delle quali potete vedere qui sopra alla rinfusa.

La cosa interessante che ho scoperto è che di queste foto, solo una minima parte si riferisce effettivamente a "gasdotti", molte essendo invece delle immagini di oleodotti, così definiti anche nel titolo della fotografia, o anche semplici, generiche condutture. Il meccanismo furbetto e redditizio della moltiplicazione delle keywords, le parole collegate all'immagine che ne permettono l'indicizzazione, fa sì che appaiano nella ricerca anche fotografie "fuori tema".

La conclusione è quella che, alla ricerca e alla pubblicazione della "foto pressappoco" danno un contributo rilevante anche le agenzie, e non solo quelle italiane. Il mercato della figurina di riempimento è in crescita, i profitti sono in costante ascesa (*Getty images*, altra colossale agenzia delle immagini online ha una capitalizzazione di oltre 2 miliardi di dollari) e anche le "Visual Content Agencies" danno il loro interessato contributo all'inarrestabile sagra dell'approssimazione visiva.

B
Ancora foto approssimative, generiche, non aderenti al tema di cui si parla

Burqa, chador, niqab: per l'ANSA non c'è differenza

Sul sito dell'ANSA mercoledì 27 luglio 2011 è apparsa la notizia seguente: "Studentesse assaltano università Mecca. Protesta contro criteri selezione, slogan contro corruzione".

Sito web dell'*Agenzia Ansa*, 27 luglio 2011. Fotografia non firmata.

Al testo, che raccontava le proteste di un gruppo di studentesse dell'università femminile Um Al Kura, si accompagnava una fotografia raffigurante due donne che indossano il burqa. Poiché, com'è noto, il burqa è un indumento utilizzato prevalentemente in Afghanistan (e in misura minore in Pakistan), mentre le donne saudite hanno la tradizione di indossare un chador nero (che copre il corpo fino ai piedi) abbinato ad un niqab pure esso nero (che copre il volto lasciando scoperti gli occhi), a me sembra

del tutto inopportuno abbinare questa immagine al testo riguardante le donne dell'Arabia Saudita.

A partire da tale osservazione, una mia collega fotogiornalista, Isabella Balena, ha inviato alla redazione dell'ANSA una lettera di protesta in cui dice, tra l'altro: "Non ci sono molte informazioni su quell'immagine ma in ogni caso l'abbinamento provoca un certo disorientamento." Inoltre, sottolineando che l'immagine è priva del nome del fotografo, la collega aggiunge anche: "Credo che un'agenzia di stampa giornalistica prestigiosa come la vostra debba far caso a queste cose e si debba anche impegnare a firmare le foto dei colleghi fotogiornalisti."

Condividendo la legittima e civile protesta di Isabella e intrigato dalla vicenda di questa immagine "orfana", cioè rimasta senza paternità, senza il suo autore, anch'io, come membro della redazione di fotoinfo.net mi sono dato da fare e, anche grazie all'aiuto del nuovo servizio di Google che permette di rintracciare immagini simili o uguali ad una in nostro possesso, ho perlustrato il web, giungendo alla fine ai seguenti interessantissimi risultati:

1. numerosi siti italiani di cosiddetta informazione, proprio a partire dalla notizia ANSA, hanno utilizzato la stessa immagine per illustrare questa notizia. Perciò ANSA dovrebbe avere ben chiaro nel suo quotidiano operare che il ruolo di agenzia di stampa ha come conseguenza una notevole responsabilità relativamente alla correttezza delle informazioni (e quindi anche delle immagini) che diffonde: di questa responsabilità di natura professionale, ma anche e soprattutto etica, l'agenzia e i suoi giornalisti dovrebbero essere consapevoli.
2. la stessa identica immagine è stata utilizzata numerose volte su internet a livello internazionale per parlare anche di altri eventi, dimostrazione palese che con le immagini giornalistiche c'è una certa abitudine diffusa ad utilizzarle "con leggerezza", ossia senza troppo preoccuparsi se sono davvero impiegate in stretta correlazione con la notizia a cui vengono accoppiate.
3. infine, con grande soddisfazione, sono anche arrivato al bandolo della matassa, nel senso che ho rintracciato sia il nome del foto-

grafo, sia la notizia a cui è (dovrebbe essere) indissolubilmente legata l'immagine in questione. Sul sito del quotidiano britannico *The Guardian*, il cui archivio di news online è garanzia di serietà, ho trovato la notizia, riferita alle elezioni in Afghanistan svoltesi nell'agosto 2009 e alle successive contestazioni per quanto concerne brogli e altre scorrettezze: "Cameron condemns 'naked' corruption in Afghan election".

La didascalia della foto recita: "Afghan women sign documents after receiving ballot boxes and election kit in Kandahar, southern Afghanistan, last month." Confermando così la corretta identificazione del burqa come indumento tipico delle donne afghane e la scorretta attribuzione della foto in questione ad eventi svoltisi in Arabia Saudita. Infine, come del resto ci si aspetta normalmente da qualsiasi giornale d'oltralpe, la fotografia è firmata: "Photograph: Matiullah Achakzai/EPA."

Aggiungo che, proprio a partire dall'attualità anche italiana (vedi la notizia del luglio 2011 relativa al disegno di legge del Pdl approvato dalla commissione Affari costituzionali della Camera che prevede il divieto di circolare con il burqa e il niqab nei luoghi pubblici), la conoscenza dei temi e dei termini – anche specialistici – connessi con le tradizioni delle altre civiltà dovrebbe essere alla base di un giornalismo che ha gli strumenti per distinguere e che, proprio grazie a questa capacità – sa offrire ai cittadini informazione e non chiacchiericcio confuso.

Intuisco che la strada che (forse) porterà un giorno anche i media del nostro paese ad allinearsi a quelli stranieri nel trattamento responsabile e maturo dell'informazione visiva è ancora tutta in salita e piuttosto lunga.

C
Foto slegate dall'attualità di cui si parla, usate per anni, o tratte da archivi

Fotografie fuori dal tempo

Capita a volte di discutere, tra fotografi, sulla opportunità–necessità di specificare la data in cui le foto sono state scattate, assieme alle altre informazioni (chi? dove? cosa? perché?) che danno significato e contestualizza-

no l'immagine destinata ad usi giornalistici. E mentre tutti, generalmente, sono d'accordo sull'indicazione scrupolosa della data nel caso in cui si tratti di immagini relative ad eventi riconoscibili e di valore "storico" o almeno documentario, quali ad esempio manifestazioni, incidenti, attentati o comunque eventi di grande risonanza mediatica, molte sono le riserve dei colleghi quando si parla di ritratti.

Si ritiene infatti che, a differenza dei fatti di stretta attualità, i ritratti si possano e si debbano prestare a molteplici utilizzi, ben al di là dell'occasione contingente in cui sono stati fatti. Si intuisce immediatamente che, a prescindere da discussioni teoriche sull'opportunità di pubblicare a distanza di mesi il ritratto di un politico, di un personaggio dello spettacolo o di un cittadino coinvolto in qualche fatto di cronaca, quello che i fotografi contrari alla datazione (assieme alle agenzie che li rappresentano) tendono a salvaguardare è la "vendibilità" dell'immagine, il suo potere commerciale ben oltre il momento in cui l'immagine è stata prodotta.

L'FMI: DEFICIT ITALIA AL 2,9% E NON AL 3,2

Prodi si scusi o si dimetta Deficit al 2,9% entro i limiti del Patto di stabilità per l'Italia nel 2004, secondo il Fondo monetario internazionale, che si dimostra più ottimista della commissione Ue (3,2%). Il ministero dell'Economia «Davanti all'Italia Prodi non ha alternative: scuse o dimissioni». Nella foto Tremonti con Solbes e Prodi. PAG. 4

La Gazzetta del Sud, 09/04/2004
Fotografia non firmata.

Non stupisce, quindi, che il 9 aprile 2004 la Gazzetta del Sud abbia pubblicato in prima pagina una fotografia che ritrae tre uomini politici, Solbes, Tremonti e Prodi, che risale come minimo a molti mesi prima.

La notizia alla quale la foto è collegata è quella della verifica del rispetto dei parametri del Patto di Stabilità da parte dei vari stati membri dell'Unione Europea e delle polemiche relative alle cifre del deficit dell'Italia. La notizia veicolata dalle parole è, in sostanza, del giorno prima, mentre la

fotografia è vecchia di almeno cinque mesi. La stessa foto, a dire il vero, la ritroviamo anche su Repubblica del giorno precedente, sempre in prima pagina, sempre a commento (commento?) della notizia sullo sforamento dei parametri di Maastricht.

La Repubblica, 26/11/2003, Tremonti, Solbes e Prodi. Fotografia non firmata

Ritroviamo però la stessa immagine, con lo stesso taglio e quasi identica collocazione in pagina anche sulla Repubblica del 26 novembre 2003.

Precedentemente, sempre sulla prima di Repubblica del 25 novembre 2003 (in questo caso, però, Prodi è stato eliminato assieme a quasi metà foto) e a pagina 17 della Repubblica del 24 novembre 2003 (anche in questo caso manca Prodi, la foto è in bianco e nero ed è stata ruotata di 180 gradi orizzontalmente in modo che Tremonti guardi verso l'interno della pagina). In quei giorni si discuteva sempre di Patto di stabilità, e i protagonisti erano, oltre a Prodi (presidente UE) e a Tremonti (presidente di turno del consiglio Ecofin), i responsabili economici di Germania e Francia, stati che non risultavano in regola con i valori del Patto di stabilità.

Una foto di grande successo, non c'è dubbio. Una foto forse preferita ad altre per il tono meno "ingessato" rispetto a tante altre scattate in simili occasioni ufficiali in cui i politici se ne stanno spesso sull'attenti. Qui, invece, vediamo Solbes che, un po' inclinato di lato, la giacca slacciata, la mano sul fianco, lo sguardo sorridente e il tono informale, sembra ammiccare alla volta del nostro ministro dell'economia. Anche Prodi, è colto in un atteggiamento apparentemente affabile, mentre Tremonti se ne sta, lui sì rigido ed impettito, ad ascoltare, ripreso di profilo.

Non sappiamo a quando la foto risalga. Non sappiamo che fotografo l'abbia fatta. Non sappiamo quale agenzia l'abbia messa in circolazione e da quanto tempo. Osserviamo però che il mondo della fotografia giornalistica va in perfetta controtendenza rispetto al mercato delle news in generale, dove tutto è pensato per la ricerca di contenuti giornalistici freschi, dell'ultimo minuto, in esclusiva, prodotti e resi disponibili istante per istante, ora per ora.

Per inciso, anche il mercato dei beni di consumo è alla ricerca, spesso esasperata, della novità: nel mercato delle calzature, dell'abbigliamento e delle automobili il meccanismo della moda decreta l'obsolescenza precoce degli articoli della stagione appena passata, che quindi si deprezzano e vengono smaltiti dai negozi a prezzi di realizzo.

Ciò innesca un'irresistibile corsa all'acquisto e contemporaneamente, dall'altra parte, un'urgenza di produzione di merci nuove (o fintamente nuove) da proporre al pubblico.

Nella fotografia giornalistica, in cui l'immagine di un incontro tra rappresentanti politici va bene anche a molti mesi, a volte anni, di distanza, sembrerebbe quasi di assistere alla proposta di un "altro modello di consumo", che prevede, in un'ottica di rispetto dell'ambiente, il riutilizzo e il riciclo, assieme al superamento del concetto di moda e di "stagionalità" dei beni di consumo. Dal mio punto di vista, si tratta certamente di un'ipotesi affascinante nel campo delle merci, degli oggetti e dei beni materiali in generale, al fine di arginare una corsa sempre più esasperata al consumo spesso fine a sé stesso.

Questo stesso approccio è invece inaccettabile nel campo dell'informazione giornalistica. Se l'argomentazione riferita alle foto non convince, proviamo a fare un esperimento mentale e ad immaginare un editoriale pubblicato nella prima pagina di un quotidiano e poi ripubblicato, a distanza di sei mesi, dallo stesso giornale, oltre che da qualche altra testata, magari concorrente e poi nuovamente pubblicato in altre occasioni, magari in forma ridotta, con qualche passo tagliato: tutto ciò sarebbe giudicato dai lettori un segno inequivocabile di declino definitivo della testata giornalistica che commettesse tale madornale errore o che fosse costretta ad una strategia editoriale di risparmi di questo tipo. Come mai per le fotografie non si utilizza analogo metro di giudizio?

Per inciso, il collega Carlo Cerchioli mi ha segnalato che nel "Libro de estilo" del quotidiano spagnolo *El Pais*, al capitolo 5, dedicato alle fotografie e ai grafici, si legge: "Deve porsi la massima attenzione nella pubblicazione di fotografie d'archivio utilizzate come semplici illustrazioni di contenuto d'attualità. (...) In ogni caso, nella didascalia, si dovrà sempre riportare la data e la situazione a cui corrisponde (la foto ndr)." Va da sé che i quotidiani italiani non sono dotati di alcun "libro di stile" che suggerisca i comportamenti considerati corretti nell'utilizzo delle foto. Sembra piuttosto che nella redazione di *Repubblica*, e non solo lì, si faccia perenne riferimento all'ormai vetusta dichiarazione del suo fondatore Eugenio Scalfari che considera le fotografie soltanto "esornative" dei testi scritti.

D

Fotografie scelte per mancanza sia di immaginazione sia di uno sguardo innovativo, ma forse anche per desiderio di omologazione

Corriere della Sera, la Repubblica, La Stampa, 13/11/2003

L'elmetto del soldato di Nassiriya

Il 13 novembre 2003 numerosi quotidiani in tutto il mondo (e numerosissimi quotidiani italiani, a cominciare dai sei più diffusi) hanno pubblicato in prima pagina una foto di Anja Niedringhaus/*Associated Press*,

che ritraeva un soldato italiano di fronte alle macerie della sede del comando italiano a Nassiriya, Iraq, fatto saltare in aria il giorno precedente con un camion carico di esplosivo.

The Washington Post, The Guardian, El Mundo, 13/11/2003

Nella deflagrazione e nel conseguente crollo dell'edificio erano rimaste uccise ventisette persone, tra le quali diciannove italiani.

Si parte dunque dalla constatazione della straordinaria uniformità delle scelte iconografiche spesso adottate dai giornali: in questo caso, a differenza di altre volte, gli italiani sono in buona compagnia a livello planetario. La prima traccia da seguire per cercare di capire le ragioni della scelta parte dall'analisi delle condizioni oggettive. Occorre chiedersi: c'era, dell'evento in questione, una scarsità di immagini tale da far concentrare la scelta dei giornali in maniera quasi automatica proprio su quella foto? Sembrerebbe proprio di no: le prime fotografie disponibili, infatti, pubblicate ad esempio da *Liberation* in prima pagina e da *Liberazione* in terza, sono dell'agenzia *Reuters* e si riferiscono ai momenti immediatamente successivi all'esplosione. Segno che almeno un fotografo, collegato al network internazionale dell'agenzia di news britannica, era sul posto già fin dal momento dell'attentato.

Si può legittimamente supporre che nel corso della giornata, a partire dalle 10 e 40 del mattino, momento dell'esplosione, questo fotografo abbia continuato a documentare l'evento con altre immagini.

In ogni caso altre foto apparse sui giornali erano firmate *Reuters* e altre ancora avevano la sigla *EPA* e sono state tutte scattate in luce diurna. Dunque sul posto si trovavano già, o sono arrivati nel corso della giornata, altri fotogiornalisti distribuiti dai network delle grandi agenzie di stampa internazionali.

La foto *AP*, invece, è stata fatta dopo il tramonto del sole, alla luce delle fotoelettriche e in presenza anche di luci approntate dagli operatori TV. Sappiamo, avendola intervistata via e–mail, che Anja Niedringhaus ha scattato anche altre foto, prima e dopo quella pluripubblicata. In ogni caso, se anche si è trattato, com'è probabile, di scegliere tra un numero relativamente limitato di foto, osserviamo che la scelta di molti media, non solo italiani in questo caso, è caduta su una immagine molto particolare, molto "rarefatta", "essenziale", "minimalista", dalla quale sono scomparsi tutti i segni accidentali e incontrollabili dovuti all'atmosfera concitata che sempre si accompagna ad un attentato grave come questo.

Nassiriya, 12/11/2003. Fotografia Anja Niedringhaus/*AP*

Nella fotografia sono spariti gli elementi di "disturbo" (viavai di persone, ambulanze, fumo, frammenti, detriti ecc.) intorno alla palazzina della Base Maestrale ed è presente soltanto il minimo necessario per evocare, non certo per documentare, l'evento: un militare di guardia dall'aria mesta e preoccupata (vedi il titolo del *Corriere*: "La disperazione") e lo scheletro abbandonato dell'edificio sventrato. La foto raffigura uno scarno "a posteriori", è già, praticamente, una "foto del giorno dopo".

Dicevamo che altri giornali, pochi, hanno preferito scelte diverse, come per esempio *Liberation*, che pubblica una immagine dell'evento nelle fasi immediatamente seguenti l'esplosione: dal fumo che avvolge la palazzina fugge un civile irakeno incolume. Oppure *l'International Herald Tribune*,

che ci mostra le fasi relative ai soccorsi, con viavai di persone intorno alla base.

Oppure ancora l'*Unità*, che pubblica un fermo immagine tratto dal video trasmesso dal *TG1* (la cui sigla appare in basso a destra nell'immagine), caratterizzato in primo luogo dai noti compromessi di qualità e leggibilità dell'immagine che necessariamente accompagnano la scelta di trasformare una "videata" di schermo televisivo in una immagine fissa di ampie dimensioni (sei colonne). Anche qui, comunque, abbiamo gli attimi successivi allo scoppio. Segno che qualcuno, non sappiamo se operatore professionista o videoamatore, era presente nelle immediate vicinanze del luogo. Aggiungo, a titolo di commento, un breve passaggio tratto dal sito statunitense di studi sul giornalismo *www.poynter.org* , scritto da Mario Garcia, designer grafico e studioso di media, che sostiene:

> Indiscutibilmente i lettori non dedicano più di dieci secondi alla prima pagina di un giornale. Le prime pagine dei giornali non sono oggetti da studiare, sono degli stimoli ai quali reagire. Sfortunatamente questo tempo si è ulteriormente accorciato negli ultimi anni. Per superare il "test dell'edicola" o "del tavolino da bar", una prima pagina di quotidiano deve essere dotata di un forte impatto visivo e il 99 per cento delle volte questo poggia sull'uso di una buona fotografia.(...)Niente, ripeto niente, può essere efficace come una foto per farci reagire da un punto di vista emotivo.

Da queste poche righe emerge, carico di significati, un termine che allude a molte categorie, senza specificarle: il termine "buona fotografia". Il fatto che sulla foto utilizzata dai giornali per documentare l'atto terroristico di Nassiriya si sia verificata una tale convergenza di scelte fa ritenere che siamo, in questo caso, di fronte, appunto, ad una "buona fotografia", almeno dal punto di vista di chi prende le decisioni riguardanti le immagini nei media.

Di questo concetto sarebbe necessario parlare più diffusamente di quanto non avvenga. E' infatti questo il fulcro attorno al quale ruota il senso non soltanto della professione, delle scelte, delle strategie comunicative dei "testimoni oculari" dei fatti di cronaca, ma è anche il senso attorno al quale si struttura e prende quotidianamente forma l'informazione giornalistica veicolata da immagini e, in ultima istanza, l'opinione pubblica.

D
Ancora fotografie scelte per mancanza sia di immaginazione sia di uno sguardo innovativo, ma forse anche per desiderio di omologazione

Diversi ma uguali

L'Espresso e *Panorama*, i due maggiori settimanali d'informazione italiani, sono usciti in edicola il 21 marzo 2002 con la stessa foto di copertina. Un lettore medio si chiederà stupefatto come ciò sia possibile. Anch'io, che opero nel campo dell'informazione visiva, mi chiedo con altrettanto stupore come ciò sia stato possibile.

Panorama, L'Espresso, 21/03/2002

Le ipotesi che si possono fare sono molte. Ne propongo qualcuna, senza la pretesa di suggerire quella più verosimile.

1. Coincidenza fortuita. Tra le migliaia di fotografie disponibili quotidianamente in abbonamento con le principali agenzie internazionali, le due redazioni, una a Roma e una a Segrate (MI) hanno scelto in piena autonomia ed indipendenza proprio la stessa immagine e l'hanno impaginata nella stessa identica maniera. Nel calcolo delle probabilità, un evento assai poco probabile. Reso soltanto

leggermente meno improbabile dal fatto che pochi giorni prima il fotoreporter Raffaele Ciriello era stato ucciso da una raffica di mitra mentre si sporgeva dietro ad uno spigolo di casa a Ramallah. Proprio come sta facendo il soldato nella foto.

2. Spionaggio industriale. Qualche "gola profonda" ha passato l'informazione sulla scelta della foto di copertina di uno dei due settimanali a qualche "orecchio teso"che era in ascolto nell'altra redazione. Per motivi francamente imperscrutabili.
3. Volontà di omologazione. I due settimanali hanno volontariamente scelto di uscire con la stessa foto di copertina, con un'azione concordata. Per motivi ancor più imperscrutabili.

Non è la prima volta e non sarà nemmeno l'ultima. A me non sembra un episodio molto edificante e testimonia una insensibilità tutta italiana nei confronti delle potenzialità del giornalismo fotografico.

D

Ancora fotografie scelte per mancanza sia di immaginazione sia di uno sguardo innovativo, ma forse anche per desiderio di omologazione

La straordinaria somiglianza di *Oggi e Gente*

Due tra i principali settimanali popolari italiani, i rotocalchi *Oggi* e *Gente*, sono usciti in edicola l'ultima settimana di Marzo 2004, con la stessa foto in copertina ad illustrare gli attentati di Madrid. I due giornali in questione scelgono di pubblicare una identica fotografia anche all'interno del servizio: una fotografia su doppia pagina della devastazione seguita allo scoppio delle bombe, dei feriti e dei primi soccorritori tra i binari della stazione Atocha.

L'osservazione che viene in mente in questo genere di "duplicazioni" è: se un giornale non si cura di essere diverso dal proprio diretto concorrente vuol dire forse che non è l'informazione (almeno quella visiva) che fa la differenza.

Mi sentirei di poter affermare che nell'emergenza i giornalisti (o comunque chi sceglie e impagina le foto) funzionino all'unisono ancor più di quanto non facciano normalmente. Non importa che testata sia e di che editore si tratti.

Oggi, 24/03/2004, *Gente,* 25/03/2004.

E
Fotografie "costruite" cioè "messe in scena" in fase di ripresa e non verificate dalla redazione

I giardinetti truccati

Una foto, apparsa senza firma nelle pagine milanesi del *Corriere della Sera* del 20 febbraio 2001, rappresenta un piccolo angolo di verde cittadino a Milano tra viale Monte Nero e viale Regina Margherita, deturpato da un degradato arredo urbano e dalla vistosa presenza di due copertoni d'auto abbandonati. Fin qui niente di strano, o per lo meno di incredibile, in una città che non ha grande amore e cura dei suoi spazi pubblici.

Voglio però qui raccontarvi i retroscena di questa foto. Nella testimonianza diretta (raccolta da una mia collega) del gestore del bar che si affaccia con una vetrina sui giardinetti in questione, l'immagine di cui

parliamo è stata letteralmente costruita da uno sconosciuto fotografo, semplicemente portando i copertoni di auto sul posto, fotografandoli e poi riportandoseli via. Il barista ha stigmatizzato l'accaduto con un ironico "Eh, voi fotografi...", lasciando intendere che chi esercita questa professione ricorre abitualmente a tali espedienti per creare artificialmente una realtà che non esiste.

E' ben probabile che in genere l'opinione pubblica non faccia grandi distinzioni all'interno della categoria professionale dei fotografi. In parte questa confusione deriva da una insufficiente precisione lessicale: si chiama correntemente fotografo sia chi riprende con fini giornalistici persone ed eventi, sia chi in uno studio crea immagini a partire da un'idea.

In alcuni ambiti, quello pubblicitario per citare il più evidente ed immediato, la "fabbricazione" delle immagini è una prassi quotidiana che non soltanto viene accettata, ma si potrebbe dire ne sia la componente fondamentale. La pubblicità, d'altra parte, non ha né il compito di informare i cittadini, né un'esigenza di riportare eventi nella loro essenza, e pertanto non ha obblighi morali da questo punto di vista.

LA FOTO DEL GIORNO

Viale Montenero, qualcuno li chiama ancora giardinetti

Li chiamano giardinetti. Un eufemismo. Come chiamare automobiline le auto che invadono il marciapiede o cacchine gli escrementi dei cani che sono dappertutto. I giardinetti sono quelli di viale Montenero. Un segnale stradale divelto. L'erba spelacchiata. Gli alberi rinsecchiti che paiono dolenti. Due vecchi pneumatici abbandonati. Sarebbero i giardinetti. Quando potranno avere dignità di giardino?

Rosalba Cerri

Corriere della Sera, 25/02/2001. Fotografia non firmata.

Altra cosa è l'ambito giornalistico, dove la "sostanziale aderenza ai fatti per come si sono svolti" è la regola di base e il limite invalicabile di una corretta pratica professionale. La fotografia utilizzata in ambito giornalistico (soprattutto in Italia) è però, spesso, altra cosa: è la semplice e talvol-

ta pacchiana illustrazione di un testo, di un preconcetto, di una tesi da dimostrare. Frequente, in questo tipo di utilizzo dell'immagine, è il ricorso ad espedienti del tipo di quello che vi sto qui raccontando, per due motivi pratici: 1) abbreviare i tempi e 2) ottenere immagini "forti". Per una volta, ma non è certo l'unico caso nella storia, il cattivo uso delle immagini che in questo volume illustro e stigmatizzo, non è dovuto direttamente ad un redattore, ad un photo editor o ad altro giornalista interno alla redazione di un giornale, come spesso avviene, ma è imputabile alla responsabilità diretta del fotografo che quella fotografia ha costruito e scattato ed eventualmente se c'è stato un preciso incarico di lavoro in questo senso del responsabile dell'agenzia fotografica nel cui ambito quel fotografo lavora.

Per entrambi la fretta di produrre in tempi brevi un'immagine forte ha avuto il sopravvento sulla dentologia professionale. Va tuttavia aggiunto e precisato che nella filiera della produzione–selezione–didascalizzazione–messa in pagina delle fotografie nella carta stampata, le responsabilità e le eventuali violazioni del codice deontologico vanno applicate a tutti i livelli e da tutti gli "attori" del processo comunicativo. E quindi se una simile immagine è passata ed è stata pubblicata, ciò indirettamente dimostra che in quella redazione non sono previsti filtri e livelli di controllo che garantiscano che informazioni non verificate non finiscano nella pagina.

Aggiungiamo che la pessima abitudine che aveva il *Corriere della Sera* fino a pochi anni fa di non firmare quasi mai le fotografie non permetteva in casi come questo di risalire ai responsabili. Questa abitudine perdura in moltissime altre testate quotidiane, con poche eccezioni. Ne torno a parlare nel paragrafo dedicato alle violazioni del diritto d'autore.

F
Mancanza di conoscenze tecniche adeguate o colpevole ignoranza

Risparmiare sui pixel

Ogni ambito richiede suoi propri metodi d'indagine e idonei parametri di riferimento. Se a volte mi avventuro in questo volume a parlare di teoria, a imbastire discorsi complessi, a svolazzare nei perigliosi territori

della massmediologia, dell'iconologia, della semiotica, in questa analisi invece farò invece ricorso ai numeri, alla matematica e all'ABC delle conoscenze tecniche della fotografia digitale.

L'Unità del 16 dicembre 2006 ha pubblicato un'interessante intervista a una studiosa che ha analizzato i metodi di lavoro degli "storici" negazionisti (quelli che, com'è noto, negano la Shoah) nell'analizzare le fonti dalle quali migliaia di altri storici hanno tratto invece inconfutabili certezze sulla drammatica realtà della persecuzione degli ebrei qualche anno prima e durante la seconda guerra mondiale. La ricercatrice universitaria Valentina Pisanty, semiologa e docente di filsofia del linguaggio dell'Università di Bergamo sull'argomento ha scritto alcuni saggi e un volume.

«Le tesi dei negazionisti sono paranoiche, il presidente iraniano Ahamadinejad ha ridato loro energia e vigore». È quanto sostiene Valentina Pisanty, ricercatrice a Bergamo, autrice di molti libri (nel 2006 "La difesa della razza" per Bompiani).

Tra gli ospiti di Ahamadinejad vi erano alcuni occidentali. Come è possibile negare la Storia?

«I negazionisti adottano una tecnica per trattare i documenti, per prima cosa riducono tutta la Shoah a quello che definiscono "il problema delle camere a gas". Quindi cercano di smantellare prove e testimonianze che attestano lo sterminio. Il metodo è semplice: isolano le testimonian-

camere a gas?

«I negazionisti si concentrano su questo aspetto e non considerano la Shoah un fenomeno complesso. Pensano che se si getta discredito, si crea diffidenza sull'esistenza delle camere a gas si può estendere questo atteggiamento ad altri aspetti. Sostenendo che premesse già poste dal nazismo, il mascheramento, l'uso di linguaggi cifrati nei documenti ufficiali (mai si parlava delle camere a gas), la mimetizzazione degli edifici dove veniva attuato lo sterminio. In tal modo i nazisti ponevano le basi per un diniego e i negazionisti si inseriscono all'interno di questa logica. La rilettura delle testimonianze serve appunto per questo scopo. La conoscenza storica è invece frutto di un lavoro molto più complesso ed articolato. Lo storico onesto sa che la singola testimonianza va inserita in un più ampio contesto. Nel caso della Shoah abbondano prove e testimonianze che puntano ad una ricostruzione coerente dei fatti. L'analisi dei

L'Unità, 16/12/2006. Fotografia non firmata.

L'intervista, ricca di informazioni, è "completata" da un ritratto fotografico della ricercatrice. Il ritratto misura, sulla pagina originale, cm 4x4. E' poco definito, poco inciso, o forse "mosso". Sembra un ingrandimento eccessivo. E' anche poco contrastato, un pappone grigio di infima qualità. Al di là di valutazioni di carattere estetico, ciò che disturba maggiormente è la difficoltà a riconoscere perfino i tratti somatici della ricercatrice intervistata. La riconoscibilità rappresenta il valore minimo per poter utilizzare la foto di una persona sulla pagina di un giornale.

Possiamo fare un'ipotesi sul perché di questa qualità minima: la persona è stata rintracciata, è stata intervistata e, escludendo "ovviamente" a priori (nella logica dei quotidiani nostrani) l'ipotesi di commissionare ad

un fotografo l'esecuzione di un ritratto appositamente per il giornale, in mancanza di foto d'agenzia di un personaggio non presente negli archivi, ci si è accontentati di una foto reperita su Internet tramite una breve ricerca con Google. Vediamola.

La foto, l'unica che si ottiene digitando nome e cognome della ricercatrice, si trova sul sito del British Council Italiano e ha una didascalia che recita: "Semiologist Valentina Pisanty with the British Defence Attaché" ed è relativo ad un convegno svoltosi nel 2005 alla Certosa di Pontignano. La foto, nella sua interezza, è di 230x230 pixel e pesa 16 KBytes. Un "oggetto" leggero adatto ai siti internet.

Semiologist Valentina Pisanty with the British Defence Attaché. Dal sito del British Council.

Il volto di Valentina Pisanty, all'interno del gruppo di persone ritratto in questa foto, occupa un'area di circa 60x60 pixel. Lo scriviamo in lettere, per evitare fraintendimenti: sessanta per sessanta pixel e pesa 7 (sette) KBytes.

Questa è la qualità originale del ritratto pubblicato! Stupefacente! Un primato negativo finora forse mai raggiunto dalla stampa italiana: 0,0036 Megapixel.

L'immagine, lavorata un po' al computer, gonfiata e pompata fino ad avere il numero di pixel adatti alla pubblicazione, non porta con sé, naturalmente, un bit d'informazione in più rispetto all'immagine di partenza. La risoluzione, la quantità cioè di dettagli di un'immagine digitale, lo dice la teoria dell'informazione e lo conferma la pratica sul campo, se non c'è nel file originale, non la si può creare a posteriori. Non c'è "Genuine Frac-

tals" o "interpolazione bicubica" che possano soccorrere una simile vacuità informativa. Da 60x60 pixel non si potrà mai cavare niente di decente. Niente di pubblicabile. Eppure in un giornale nazionale ci siamo ridotti a vedere anche questo.

Antonio Gramsci, il fondatore de *l'Unità*, crediamo non ne sarebbe contento, pur ricordando che spesso gli intellettuali italiani hanno avuto, e continuano ad avere, scarsa attenzione per le fotografie utilizzate nei media.

G
Fotografie utilizzate come decorazione anziché come informazione

Giornali o scatole di confetti?

Ci sono dei comportamenti nelle routine professionali degli addetti alla stampa nostrana, apparentemente difficili da estirpare, che fanno sì che le fotografie siano a volte utilizzate come generiche illustrazioni, o come riempitivi, oppure come macchie di colore.

La Repubblica, secondo quotidiano nazionale per diffusione (a volte anche primo, in perenne gara con il *Corriere della Sera*) e campione indiscusso in questi usi poco edificanti della fotografia nel campo giornalistico, ancora una volta ha voluto sorprenderci, riuscendoci.

Domenica 9 dicembre 2007 è apparsa una doppia pagina in cui la fotografia ha fatto un salto di statuto che né ci saremmo aspettati, né, tantomeno, augurati: dimenticata la sua funzione informativa, archiviata per un momento quella più banalmente illustrativa, superata perfino quella semplicemente decorativa, è diventata, nell'economia della doppia pagina, un vero e proprio fregio. Un fregio, sì, come quegli ornamenti architettonici con andamento orizzontale che allietano e illeggiadriscono le pareti, a volte troppo serie e cupe, di vecchi palazzi nobiliari. O forse no, nemmeno di un fregio si tratta, in questo caso, ma di uno stencil.

L'articolo (titolo: C'era una volta il Belgio) a cui si accompagnano le fotografie apparse alle pagine 30 e 31, affronta il tema del vuoto di potere in Belgio a sei mesi dalle elezioni politiche. E dunque, se ancora si ritiene che ci debba essere coerenza tra testo ed immagini in un mezzo d'infor-

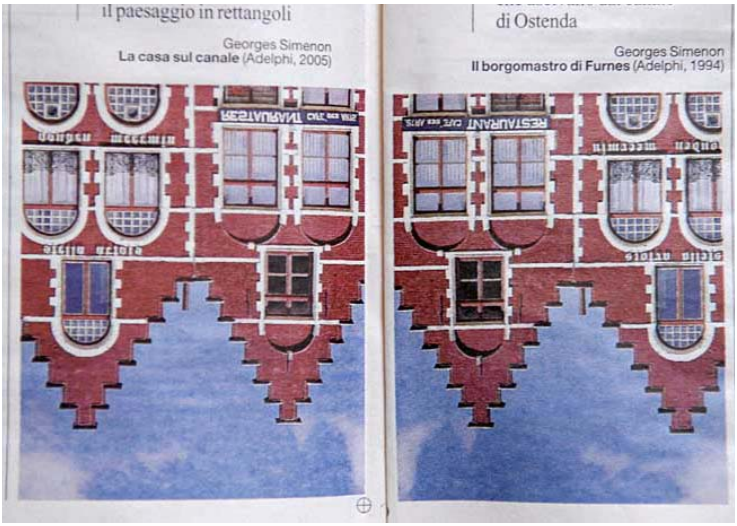
mazione, ci si dovrebbe aspettare di vedere in quella pagina delle foto che parlano di attualità politica, delle foto che aggiungono informazione, che integrano l'analisi dell'abnorme situazione politica che il Belgio sta vivendo da mesi. Invece, le legittime aspettative del lettore sono destinate a rimanere deluse. Non soltanto per la scelta (banale e generica) delle immagini stesse, ma soprattutto per le scelte dell'impaginazione.

La Repubblica 9/12/2007, pagg. 30–31.

La fotografia originale, che è quella in alto a sinistra nella pagina, riproduce una serie di facciate tipiche di altrettante abitazioni storiche, le Case delle Corporazioni, nel mercato di Bruges, importante città del nord del Belgio. La stessa fotografia, ribaltata sinistra/destra per rotazione lungo l'asse verticale, occupa per intero la parte in alto della pagina di destra. Naturalmente le scritte "Le panier D'Or", "Restaurant" e tutte le altre, sono state così ribaltate e pertanto risultano illeggibili.

Ma il vero prodigio, ciò che rende la doppia pagina in questione più simile al coperchio di una scatola di cioccolatini che a un quotidiano, più parente di una carta per i regali di Natale che di un impaginato di giornale, è il tocco finale delle foto in basso. Qui c'è la prova definitiva che la maestria dei grafici di *Repubblica* si colloca a livelli, al momento, inarrivabili:

le foto, oltre ad essere state ribaltate come quelle già descritte in alto, per fare in modo che la pagina di destra sia la copia speculare di quella di sinistra, sono state anche ribaltate sotto/sopra, in modo che la pagina abbia un suo centro intorno al quale, proprio come sul coperchio di una scatola di caramelle, o in un gioco dell'oca, tutto gira e si rispecchia. O come i graziosi stampini con cui si decorano le stanze da letto dei bambini.



La Repubblica 9/12/2007, pagg. 30–31, (particolare)

E' pur vero che Eugenio Scalfari, fondatore e a lungo direttore di *Repubblica,* nel lontano 1987, nel presentare il nuovo magazine *Il Venerdì*, aveva parlato di funzione "esornativa" della fotografia, ma qui sembra quasi che l'ufficio grafico del quotidiano abbia preso fin troppo alla lettera le sue parole. Sottoporremo questa pregevevole impaginazione alla SND (*Society for News Design*) o ai membri della comunità online *Visual Editors* per farli morire d'invidia e mostrare loro le nuove frontiere del design grafico dei giornali italiani.

H
Fotografie utilizzate come illustrazione, come simboli, come richiami visivi, come metafore

Se la fiction sostituisce la realtà

Durante la stagione del "mielismo" dal nome del suo inventore, Paolo Mieli, allora direttore del *Corriere della Sera*, si teorizzava l'utilizzo di immagini tratte da film di successo per illustrare con fotografie di qualità e di impatto visivo argomenti di attualità non facili da tradurre in immagini. Non si contano le volte che, per parlare di figli affidati ai padri, si è fatto ricorso alle foto tratte dal film *Kramer contro Kramer*, risalente al 1979. Innumerevoli volte per illustrare una storia di prostituzione culminata con la liberazione e la redenzione della donna si sono utilizzate le immagini di un film: le foto di Julia Roberts, protagonista di *Pretty Woman*, film di successo del 1990. Gli esempi non si contano.

Il giornalista Rino Pucci, della redazione grafica del *Corriere della Sera* criticando i suoi stessi colleghi nel 2003 scrive:

> C'è una tendenza a produrre e a mettere in pagina delle foto che diano l'idea di un fatto, lo rappresentino emblematicamente, come un'illustrazione, ma senza avere i requisiti per dirsi giornalistiche, e cioè (mutuando una definizione dell'*Associated Press*, e precisando che va limitata ai quotidiani): essere informative, riferite a un evento contingente, realizzate con tecniche note e corredate di una didascalia. (...)
> La foto è una notizia, può essere un commento. Ha la stessa dignità giornalistica di un testo scritto, del quale deve essere il contrappunto o il rafforzamento intelligente, non la ripetizione pedissequa. Deve fornire il contesto visivo di un accadimento, aiuta a creare nella pagina un tessuto narrativo. Deve rappresentare un fatto, non l'idea di un fatto. Concetti persino banali, che però difficilmente passano nell'ambito di un quotidiano: la sua struttura mentale e organizzativa, la sua autopercezione ruotano ancora intorno alla parola scritta.

H
Ancora sulle fotografie utilizzate come illustrazione, come simboli, come richiami visivi, come metafore

Un crocefisso vale l'altro

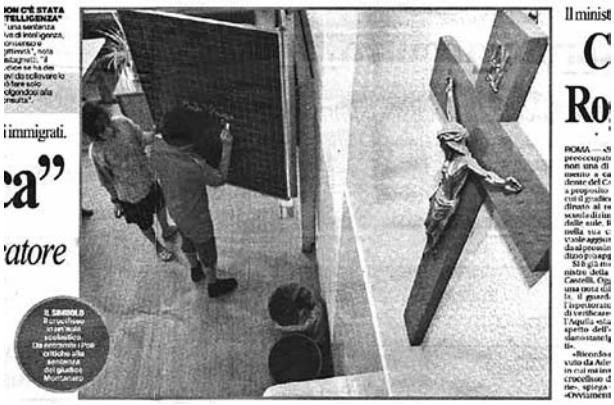
Una decina quasi di anni fa, nell'ottobre 2003, larga eco ha avuto su tutti i giornali italiani la sentenza del giudice del tribunale de L'Aquila che ha imposto la rimozione del crocifisso dall'aula di una scuola pubblica di Ofena, in Abruzzo. Il pronunciamento è l'epilogo – non definitivo – di una vicenda giudiziaria originata da un esposto da parte di un membro di una comunità di religione musulmana che chiedeva l'eliminazione di tutti i simboli religiosi dalle aule della scuola. Sui giornali, di conseguenza, sono apparse molte immagini che avevano per tema appunto il crocifisso.

Non risulta che sia stato fotografato e pubblicato sui giornali il crocifisso in questione, ospitato in un'aula della scuola del paese di Ofena, a causa dell'oggettiva impossibilità di accedere all'aula, in seguito alla chiusura della scuola per qualche giorno, misura ritenuta necessaria per evitare una sovraesposizione dei bambini all'assalto dei media.

Di fronte a questa carenza oggettiva di immagini attinenti ai fatti, i giornali hanno risposto facendo ampio ricorso a fotografie illustrative. Si è cioè scelto di pubblicare non un'immagine del crocifisso oggetto della sentenza, o immagini relative a quella scuola, ma immagini generiche di crocifissi: a volte fotografati in qualche aula scolastica non identificata, a volte isolati dal contesto e quindi appartenenti a situazioni diverse, talvolta del tutto costruite. Mi sono giunte segnalazioni riguardanti colleghi fotografi che, acquistato un crocifisso nel più vicino negozio, hanno scattato varie foto con angolature, composizioni e ambientazioni diverse e poi ne hanno fatto ampia distribuzione ai giornali. La tipica arte di arrangiarsi all'italiana declinata nell'ambiente del giornalismo visivo.

Giusto per dare un'idea di quanto le immagini di questo tipo siano tanto inutili e generiche quanto longeve, nella *Repubblica* del 28 febbraio 2012 (nei giorni scorsi) riappare ancora una volta la stessa immagine utilizzata nel 2003: questa volta viene utile per illustrare l'emendamento del governo Monti riguardante l'Ici sulle scuole cattoliche. Il principio è sem-

pre lo stesso: far risuonare nella testa dei concetti e recuperare dei facili e immediati richiami visivi simbolici in maniera superficiale e "automatica".



La Repubblica, 27/10/2003, pagina 3. Fotografia non firmata.

La Repubblica, 28/02/2012, pagine 10–11.

Analogo trattamento generico ha avuto, su *Il Gazzettino*, quotidiano del triveneto, l'illustrazione della notizia relativa ad una vasta operazione – denominata Gutenberg – di perquisizioni e controlli da parte della Guardia di Finanza presso numerose copisterie sparse in tutta la penisola. Si trattava di verificare eventuali infrazioni della normativa sul diritto d'autore, che com'è noto impedisce anche la riproduzione per mezzo di fotocopie di volumi a stampa protetti da copyright. Per fornire un supporto iconografico alla notizia *Il Gazzettino* ha utilizzato un'immagine

nella quale si intravede una persona di spalle di fronte ad una macchina fotocopiatrice. Anche in questo caso un'illustrazione generica accompagna una notizia che avrebbe forse meritato qualche cosa di più sul piano dell'iconografia di accompagnamento.

NORDEST Martedì 4 novembre 2003 III

ne "Gutenberg" ed è condotta dalla Guardia di Finanza per colpire le copisterie che riproducono volumi illegalmente

a 46 mila euro per libri fotocopiati

ne con negozio nel centro storico della città lagunare. Sono state sequestrate 449 opere

Fotocopiare i libri è vietato. Sono 177 le persone denunciate perché riproducevano libri illegalmente

PORDENONE

Mamma iraniana eletta rappresentate di classe

Pordenone

NOSTRA REDAZIONE

Un rappresentante di classe "straniera". È la scelta che hanno fatto i genitori di quinta dell'elementare pordenonese "Collodi", indicando nell'iraniana Rabesh Kalhor (da 20 anni in Italia, ma ancora in attesa della cittadinanza) la loro delegata. La donna, prima di stabilirsi nel capoluogo della Destra Tagliamento con la sua famiglia, aveva vissuto anche a Palermo, Roma e Padova. Rabesh appare molto soddisfatta del suo fresco ruolo. «È importante - dice - il cambiamento culturale che sta dietro la scelta: significa aver capito che anche gli stranieri fanno parte del tessuto sociale». A Pordenone, tra l'altro, ogni 100 nati 10 sono figli d'immigrati.

Il gesto, tuttavia, lascia perplessi i *Pudani* doc. «Non voglio entrare nel merito specifico della questione - è il commento di Marco Pottino, segretario provinciale della Lega Nord - e ho il massimo rispetto sia per la signora Kalhor che per la decisione presa dai genitori della "Collodi". Tuttavia, a mio avviso, l'episodio va inserito in un contesto più ampio. Mi chiedo - puntualizza la camicia verde - se quanto è accaduto non rifletta un malessere profondo della società pordenonese, un deficit che parte da lontano. La signora Kalhor afferma che il fatto di averla scelta come rappresentante testimonia un cambiamento culturale. Io, al contrario, temo si tratti di un'ulteriore manifestazione del complesso d'inferiorità che spesso manifestiamo noi pordenonesi. Con un gioco di parole potrei dire che 35 anni fa siamo diventati provincia, ma ci è rimasta la paura di sembrare provinciali».

E quindi? «Non sto parlando di *forenti* e campanili, ma di quel senso d'inadeguatezza che attanaglia la società pordenonese. Eppure dovremmo essere orgogliosi di ciò che siamo riusciti a costruire. La nostra è una terra ricca, che nel lavoro ha raggiunto traguardi di consistenza internazionale. Siamo così sicuri da produrre il 51% del bilancio interno lordo regionale. Invece è come se sul piano collettivo la nostra società non si fosse mai formata. Per tutto questo - conclude Pottino - nell'elezione della signora Kalhor non vedo il segnale di una società che si apre al confronto, bensì la conferma di quel male oscuro che ci porta a rinchiuderci nel nostro individualismo».

UDINE

Il Gazzettino, 4/11/2003. Didscalia: Fotocopiare i libri è vietato. Sono 177 le persone denunciate perché riproducevano libri illegalmente. Fotografia non firmata

Ispirandosi allo stesso principio, per dare un riscontro visivo alla notizia di un arresto a carico di un individuo sospettato di appartenenza alle Brigate Rosse viene pubblicato un primo piano del citofono dell'abitazione. In questo caso è vero che si tratta di un oggetto meno generico, in quanto relativo proprio al protagonista della notizia raccontata, ma è certamente dotato di scarso rilievo informativo, e perfino emozionale.

Non si vuole qui sostenere che per ogni fatto di cronaca sia sempre facilmente disponibile l'immagine ideale, ma credo che l'uso di illustrazioni dal contenuto informativo così povero e più spesso nullo sia una ulteriore prova della totale estraneità di buona parte dei giornalisti italiani rispetto ad un utilizzo consapevole dell'immagine come veicolo di informazione.

Volendo azzardare un ulteriore passaggio nell'analisi, si potrebbe suggerire che parte della responsabilità di questo stato di cose è dovuta anche ai molti fotogiornalisti italiani che non sanno, o non vogliono, fornire immagini significative, utili, pregnanti e si accontentano invece di fornire semplicemente ciò che normalmente "funziona" e che, un po' per pigrizia e un po' per incapacità, i giornali italiani continuano a pubblicare.

2.2 Scarsa indipendenza e asservimento al "potere"

Foto di propaganda, palese o subliminale

In occasione dell'ingresso delle prime truppe americane a Baghdad il 9 aprile 2003, a meno di tre settimane dallo scoppio della seconda guerra del Golfo, ai media servivano immagini per documentare l'evento. Come è noto, l'ultimo conflitto armato in cui si sono davvero viste sui mass media fotografie che rappresentassero senza filtri lo stato delle operazioni belliche e la situazione in cui si trovavano le popolazioni civili è stato il Vietnam. Per le forze armate americane il Vietnam è stata una dura lezione.

Proprio da questa sconfitta, a livello della comunicazione prima ancora che sul piano degli esiti politici, le gerarchie militari statunitensi hanno tratto spunto per rivedere profondamente le strategie della loro comunicazione con l'esterno e per decidere di applicare ai rapporti con i media quella che viene chiamata "information management", la "gestione dell'informazione". Questo termine, apparentemente neutro negli ambiti in cui è nato, diventa particolarmente insidioso quando si parla dei rapporti tra giornalisti e militari. I responsabili delle strategie belliche vorrebbero poter controllare tutto il flusso di informazioni che in qualche modo li riguarda, senza però dare l'impressione di farlo. I giornalisti, almeno quelli che hanno come obiettivo la ricerca della verità e l'indipendenza delle informazioni fornite all'opinione pubblica, trovano molto angusto il sentiero tracciato dai militari, costituito di una miscela micidiale di silenzi, mezze verità, rappresentazioni di comodo quando non proprio autentiche menzogne.

E' proprio per questo che nel 2003, in occasione dell'invasione dell'Iraq, il Pentagono ha inventato la categoria dei giornalisti "embedded". Il cui scopo è stato ben sintetizzato da un tenente colonnello dei Marines: "Il nostro lavoro, per parlar chiaro, è vincere la guerra. Una parte di questo la si ottiene attraverso la guerra dell'informazione. Per questo motivo il nostro scopo è dominare l'ambiente informativo". Inusuale franchezza, per un militare statunitense di alto rango. Adesso tutto è più chiaro.

Il dilemma affrontato dai giornalisti "embedded" (termine la cui traduzione in italiano risulta alquanto difficile, dato che "incastonati" o "in-

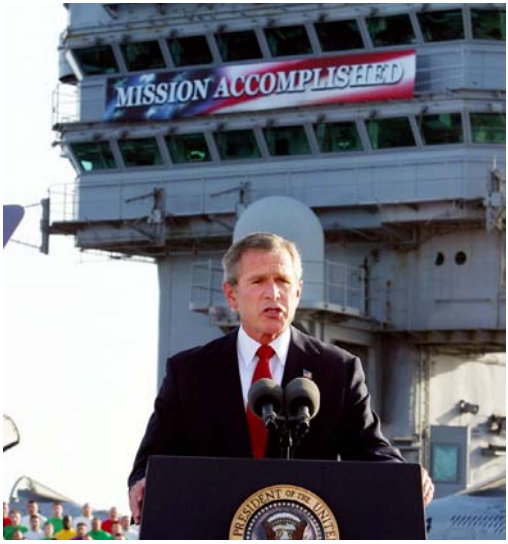
seriti" non rende sufficientemente bene l'idea) è quello di raccontare una guerra che viene osservata, proprio fisicamente parlando, dal punto di vista di uno dei belligeranti (ad esempio da un blindato americano). Troppo scontata l'unilateralità. Del resto, da quando, come dice il generale Carlo Jean, "L'informazione è l'arma più importante che gli eserciti abbiano a disposizione", crearsi degli alleati fedeli tra i giornalisti è diventata la strategia più seguita dagli Stati Maggiori degli eserciti.

La Repubblica, 10/04/2003. Fotografia non firmata.

In questo rapporto conflittuale tra "patrioti" e "cani da guardia del potere" un posto particolarmente scomodo occupano i giornalisti dell'informazione visiva: fotoreporter e videogiornalisti. Per loro il mondo può essere raccontato soltanto lavorando come testimoni oculari: recandosi cioè nei luoghi dove c'è da vedere cosa è successo, registrare immagini fisse o in movimento, trasmetterle alle agenzie o alle testate per cui lavorano spiegando loro – e quindi alla fine anche a noi lettori di giornali – di cosa si tratta.

Le immagini preferite dalle gerarchie militari, vere icone delle guerre di liberazione e soprattutto delle scene del genere "arrivano i nostri", sono quelle in cui la popolazione civile saluta festosamente i militari che percorrono vincitori le vie delle città liberate. Spesso la composizione è

sproporzionata: un civile attorniato da molti militari. Quasi sempre la figura retorica "una parte per il tutto" viene usata come lavacro catartico per mondare da violenza e disumanità le precedenti azioni militari e purificarle con il sorriso fresco e senza macchia di un ragazzino, a simboleggiare l'intera popolazione liberata, che marcia assieme ai marines.



"Mission accomplished". Portaerei Abraham Lincoln. 1/05/2003

Nella stessa categoria, ma in una versione più spregevole e al tempo stesso patetica nella sua spudoratezza, si collocano le immagini di capi di governo e di stato che parlano ai soldati, ma rivolgendosi in realtà a tutti gli abitanti della terra collegati in mondovisione. Un ruolo di eccellenza nella graduatoria della pacchianeria iconografica spetta all'immagine di George W. Bush che il 1° di maggio 2003, dalla portaerei Abraham Lincoln parla ai soldati, con alle spalle uno striscione a caratteri cubitali su sfondo che richiama la bandiera americana che dichiara, spavaldo, "Mission accomplished" (missione compiuta), annunciando la fine delle operazioni militari su vasta scala in Iraq. Quanto "accomplished" fosse davvero quella mission e quale "patacca" di foto ricordo fosse stata rifilata ai media di tutto il mondo, avremmo avuto modo di capirlo negli anni successivi (ad oggi, dati ufficiali del marzo 2012, tra i 105 e i 115 mila

civili iracheni uccisi, a fronte di 4.486 soldati americani, pure loro uccisi in uno stillicidio di attentati kamikaze, imboscate e ritorsioni sulla popolazione civile che è andato avanti per nove lunghi anni).

Photo opportunities

Risale all'amministrazione Nixon l'invenzione del termine "photo opportunity". Ma la sua pratica è già riscontrabile ai tempi della presidenza di Franklin Delano Roosevelt, negli anni '30. E' definita, nella sua versione più ingenua e buonista, come una interessante occasione per fare delle fotografie di valore cronachistico. Nella sua versione più smaliziata e per questo più aderente alla realtà, sempre nell'ottica del potere che vuole controllare l'informazione, anzi, che vuole completamente gestirla e dirigerla, una "photo op" (abbreviato e famigliare) è la consacrazione tramite immagini di uno pseudo–evento attentamente pianificato ad uso e consumo dei media.

Per questo nulla è lasciato al caso: le posizioni dei soggetti coinvolti sono attentamente studiate, c'è la poltrona o il podio oppure il tavolo dei potenti, o l'altare degli intermediari con la divinità, o la corsia rossa e il palcoscenico illuminato delle star e delle celebrities dello spettacolo o dello sport (che è poi quasi la stessa cosa), c'è il recinto dei fotoreporter e videoperatori (animali selvatici da tenere a bada) ci sono le comparse (cortigiane, segretari, attaché vari, soldati in alta uniforme, vedove, veterani, superstiti, e via dicendo), c'è una coreografia, una liturgia e un cerimoniale. Tutto pianificato. Tutto previsto fin nei minimi particolari. A volte anche nelle finte azioni di disturbo o negli imprevisti programmati (delizioso ossimoro che nella nostra società dello spettacolo non sorprende più nessuno). Dalla stretta di mano tra capi di stato alla seduta del consiglio di amministrazione della multinazionale, dalla celebrazione dell'anniversario lacrimoso, alla firma del trattato epocale. Tutte photo op, occasioni fotografiche. Immagini dotate mediamente di una vivacità e di un dinamismo paragonabile a quello delle statue del museo delle cere. Ma cercate dai giornali come l'ossigeno. E abilmente pilotate da chi detiene il potere.

Oppure anche, seguendo la moda di uno stile più sbarazzino e apparentemente meno ingessato, le foto fintamente catturate al volo, fintamente rubate, fintamente fatte di nascosto e contro il volere dei fotografati. Tutte invece attentamente vagliate dallo staff addetto alla comunicazione e spesso distribuite gratuitamente dagli uffici stampa.

Time 1/05/2011. President Obama Monitors the Bin Laden Mission. Fotografia Pete Souza

Chi non ricorda il volto tirato del presidente Obama sorpreso in giubbetto e camicia sbottonata e senza cravatta, riunito assieme agli altri membri dell'unità di crisi della Casa Bianca, mentre segue con apprensione e in diretta le fasi della cattura di Bin Laden in Pakistan? Immagini fatte da chi? Forse da un reporter che, non visto, ha scattato delle "candid shot", come gli americani chiamano le foto fatte all'insaputa delle persone fotografate? Ma suvvia, non scherziamo. Le foto del presidente degli Stati Uniti le ha sempre fatte e le fa anche oggi un fotografo ufficialmente incaricato, che segue come un'ombra il presidente e ne immortala tutte le gesta, dalla mattina alla sera. Ogni presidente si sceglie il suo, di fotografo: di solito è uno molto bravo. Quello di Obama si chiama Pete Souza e ha il

doppio incarico di “Chief Official White House Photographer”, oltre che di “Director of the White House photo office”. E’ cioè talmente fedele al suo mandato di “velinaro iconogenico autorizzato” da poter ricoprire con successo contemporaneamente i due ruoli di controllore e di controllato.

Panorama 13/05/2003. Didascalia: Milano 5 maggio: Silvio Berlusconi in tribunale. Fotografia Schito–Nocenti/Olympia

Direttori inginocchiati

Il 5 maggio 2003 l’allora Presidente del consiglio Silvio Berlusconi, indagato per corruzione nel processo SME, si è presentato davanti al Tribunale di Milano per rendere una dichiarazione spontanea. Tutti i giornali italiani ne hanno parlato. In aula, per mancanza di spazio, i fotografi hanno dovuto lavorare dal fondo della stanza e pertanto le fotografie disponibili di Berlusconi sono tutte di spalle o di tre quarti, da dietro.

Panorama, settimanale edito dalla Arnoldo Mondadori, in edicola il 9 maggio 2003, pubblica una fotografia di Berlusconi di spalle, il dito indice della mano destra alzato. Si intravede sullo sfondo, sfocata, il presidente del Tribunale Silvia Ponti. Silvio Berlusconi, sulla copertina del settimana-

le di famiglia, appare però fornito di più capelli sulla nuca di quanti non ne abbia nella realtà.

Milano 5 maggio 2003. Silvio Berlusconi in tribunale. Fotografia Stefano Rellandini/Reuters

Questo appare in maniera inequivocabile se si prendono in considerazione tutte le altre fotografie della stessa identica situazione comparse sui quotidiani e settimanali italiani ed esteri. Per assurdo, la stessa testata pubblica, nelle pagine interne, un'altra fotografia della stessa situazione in cui la diffusa calvizie è invece evidente.

Questo "ritocco estetico" è apparentemente privo di logica. Ma si spiega con una sorta di omaggio reverenziale al proprietario della casa editrice (formalmente della figlia Marina Berlusconi) notoriamente ossessionato dal suo "look". Proprio riguardo ai capelli, forse per liberare i redattori delle sue riviste dalla fatica di sistemargli sempre la chioma mancante con qualche colpo ben assestato di Photoshop, Berlusconi si sottopone negli anni successivi ad un consistente trapianto, con il quale ottiene il risultato di ricoprire accettabilmente qualche zona di cranio particolarmente sguarnita.

L'Ordine dei giornalisti di Milano si è occupato del caso *Panorama*, ma non è giunto a capo di nulla, perché, con grande abilità, la direzione del

periodico è riuscita a dimostrare la sua totale estraneità alla manipolazione in quanto ha potuto produrre le prove che la foto era giunta in redazione già "truccata". Dunque, esclusa la possibilità di comminare qualche sanzione, alla commissione disciplinare è rimasta soltanto la consolazione di definire il comportamento del direttore, Carlo Rossella, improntato a puro servilismo. La parola usata negli atti ufficiali è stata "piaggeria".

La pala rossa del sindaco

Tra le altre foto che vanno in questa stessa direzione, che potremmo collocare a metà strada tra la propaganda e la cortigianeria, ricordiamo le recenti immagini riprese ai primi di febbraio 2012 nei giorni della nevicata che ha paralizzato la capitale italiana, del sindaco di Roma Gianni Alemanno che viene immortalato mentre, pala rossa in mano e caschetto da protezione civile in testa, spala la neve.

Corriere della sera, 4/02/2012. Didascalia: Alemanno spala la neve. Fotografia non firmata.

Una fotografia il cui significato, a ben pensarci, potrebbe tranquillamente essere rovesciato nel suo esatto opposto, potendo essere utilizzata

per dimostrare invece come il sindaco di una città di tre milioni di abitanti, avendo perso di vista il ruolo di guida e di coordinamento che gli compete, anziché dirigere le operazioni di soccorso e monitorare gli interventi per garantire la sicurezza della popolazione, non trova di meglio che spostare un mucchietto di neve da qui a lì. Patetico e grottesco, se non fosse drammatico nel suo significato più profondo.

In questo caso, ciò che infastidisce non è tanto il fatto che qualcuno abbia pianificato questa fantastica e imperdibile "photo op", quanto il fatto gravissimo che i media (e non stiamo parlando del *Tempo* di Roma o altre testate partigiane dichiaratamente di orientamento favorevole al partito e alla giunta che sostengono Alemanno, ma del *Corriere della Sera*) non si rendano conto del significato di quella immagine e la pubblichino come una normale e interessante fotografia di cronaca. Un collega, Marco Vacca, particolarmente critico nei confronti dei quotidiani italiani, sostiene che le foto, nelle nostre redazioni, i giornalisti "le buttano dentro al giornale a badilate", avendo cioè in mente più la quantità che la qualità.

2.3 Commistione con la pubblicità

Reportage e pubblicità occulta

Quando in un articolo (*l'Espresso* del 16 gennaio 2003) che parla delle conseguenze che potrebbe avere in Polonia l'unificazione dell'Europa viene pubblicata, a commento o a integrazione dell'informazione testuale, un'immagine in cui appare una coppia giovane che gioca a golf e in primo piano campeggia una borsa con una grandissima e visibilissima scritta Louis Vuitton, il lettore ha un attimo di smarrimento.

L'Espresso 16/01/2003. Un campo da golf in Polonia, emblema di un futuro sempre più globalmente uguale. Foto J. A. Schlosser / Ostkreuz / Neri

La didascalia non aiuta un granché, dato che si limita a confermare ciò che già appare davanti agli occhi. Dice infatti: "Un campo da golf in Polonia, emblema di un futuro sempre più globalmente uguale". Che il golf sia diventato un simbolo di globalizzazione? Non saprei. Ciò che però uno si chiede è: quel marchio, così grande, così vistoso, dato che non aggiunge nulla al senso della foto, cos'altro rappresenta? Non ho una risposta a queste domande. L'unica cosa che può venire in mente è il meccanismo, e la relativa legislazione, del *product placement*. Per chi non lo conoscesse con questo nome, non dovrebbe comunque essere una sorpresa la spiega-

zione di cosa si tratti: ne abbiamo avuto esempi davanti agli occhi decine, centinaia di volte. Quando in un film d'azione il benestante di successo arriva con il muso della sua potente autovettura a pochi centimetri dallo spettatore, cioè dalla cinepresa, e per tre interminabili secondi viene inquadrato lo stemma della nota marca tedesca di auto lussuose di grossa cilindrata, intuiamo che una qualche forma di contrattazione economica ci dev'essere stata tra il produttore del film e l'azienda di auto.

Ecco, il *product placement* è questo: l'acquisto di uno spazio pubblicitario all'interno di un film. In Italia, pochi lo sanno, è legge dello stato dal 2004, quindi non va confuso con la cosiddetta pubblicità occulta. Tutto è fatto alla luce del sole e con regole certe, principalmente la dichiarazione, nei titoli di coda, dei marchi che hanno contribuito economicamente alla realizzazione del film, e inoltre la garanzia che la presenza del marchio deve integrarsi nello sviluppo dell'azione ed essere coerente con il contesto narrativo del film. Ciò che tutti dovrebbero invece sapere, perché ne va del principio fondamentale della separazione dei messaggi pubblicitari da quelli informativi, è che il *product placement* non è consentito né all'interno dei programmi di intrattenimento, né in quelli giornalistici. Nel senso che, come richiesto dalla legge sulla stampa e dal codice deontologico dei giornalisti, deve sempre essere mantenuta una rigorosa separazione dei messaggi giornalistici da quelli pubblicitari e il lettore o spettatore deve sempre essere in grado di poter distinguere quale emittente è responsabile del messaggio che gli sta davanti.

Perciò, tornando alla nostra foto: perché quel marchio? Quale non dichiarato scambio c'è stato tra testata e azienda? I lettori dovrebbero sempre ragionare su queste inaccettabili commistioni ed essere pronti a chiederne ragione alla redazione.

(Devo al collega Leonardo Brogioni la seglalazione di questo caso.)

Pagine giornalistiche e pagine pubblicitarie

Come vengano assemblate le pagine pubblicitarie e quelle a cura della redazione di un giornale continua a rappresentare, almeno per me, un mistero. Se in alcuni casi sembra non esserci alcuna logica apparente, in altri casi sembra quasi che una mano diabolica, un raffinato esperto di

marketing, abbia potuto controllare nel dettaglio piazzamenti e alternanze di contenuti giornalistici, da un lato, e pagine pagate dagli inserzionisti, dall'altro. In altri casi, non un esperto di comunicazione visiva, ma un ironico e divertito diavoletto sembra essersi occupato dell'impaginazione.

Il Venerdì di Repubblica, 8/06/2007. pagine 44–45

Il Venerdì di Repubblica, 8/06/2007. pagine 46–47. Fotografia Todd Warshaw/Getty Images

Prendiamo, ad esempio, il numero del *Venerdì di Repubblica* allegato al quotidiano l'8 giugno: alle pagine 44–45 troviamo la pubblicità di una serie di volumi illustrati dedicati al Patrimonio Mondiale dell'Unesco, di-

stribuiti dal Gruppo Editoriale *l'Espresso*, in cui campeggia una fotografia della Grande Muraglia Cinese. Giriamo pagina e alle pagine 46–47 ci troviamo davanti alla foto di un maratoneta cinese con la fiaccola olimpica che si esercita in vista delle Olimpiadi del 2008 proprio sulla grande muraglia.

Viste così, in sequenza, le due pagine colpiscono e suggeriscono dietrologie. Fine strategia comunicativa? O soltanto il caso? Non abbiamo elementi concreti per risolvere il mistero, che quindi rimarrà tale.

Tanti spettatori ma poco contante

Il grande successo di pubblico e il rosso del bilancio. Claudio Orazi, sovrintendente: «Servono un nuovo

Un'immagine dall'alto dell'Arena di Verona durante la rappresentazione di uno spettacolo lirico nella stagione estiva. (Foto Gianfranco Fainello)

Il Sole 24 ore, giugno 2005. Didascalia: Un'immagine dell'Arena di Verona durante la rappresentazione di uno spettacolo lirico nella stagione estiva. (Foto Gianfranco Fainello).

Viene però a questo punto in mente anche una pagina del supplemento domenicale del *Sole 24 ore* di un paio di anni prima in cui la soglia di accettabilità, riguardo alla commistione contenuti giornalistici / pubblicità era stata ampiamente superata.

In una pagina a cura della redazione si parlava della stagione artistica dell'Arena di Verona, accompagnando il testo con una immagine in bianco e nero, ripresa a volo d'uccello, dell'anfiteatro veronese.

Nella pagina successiva campeggiava, a tutta pagina, la stessa fotografia, questa volta a colori: era l'inserzione a pagamento della Fondazione Arena di Verona.

Ogni commento è superfluo.

Il Sole 24 ore, giugno 2005. Fotogtafia non firmata.

E infine, fulgido esempio di sensibilità giornalistica, nella doppia pagina qui sotto riprodotta, il ritratto di Bin Laden trova degna collocazione accanto ad una pagina pubblicitaria di costumi da bagno. Si tratta in questo caso del quotidiano *La Repubblica,* che trova anche il titolo giusto al posto giusto: "La caccia".

Qui, se non c'era stata intenzionalità, si potrebbe concludere che la casualità abbia avuto veramente un ottimo senso dello humor.

La Repubblica, 15/05/2005

2.4 Uso distorto o strumentale del testo che accompagna la foto

Come già osservato, le fotografie traggono un senso dalla loro interazione con il testo che le accompagna. Questo testo, principalmente costituito da titoli e didascalie, ha lo scopo di ancorare il senso delle immagini a un significato preciso e di evitare, o almeno attenuare, quel "rischio polisemia" che in ambito documentario e giornalistico può portare a intollerabili distorsioni della realtà e alla negazione di quell'obiettività a cui la professione dichiara di mirare idealmente. Le insidie in questo senso sono numerose: ho individuato alcune categorie che le riassumono e comprendono e che verranno illustrate con esempi.

- Didascalie inventate di sana pianta e gravemente errate
- Travisamento delle didascalie originali e ricorso alla retorica del dolore e delle emozioni
- Didascalie cumulative
- Didascalie con errori dalle conseguenze molto gravi

Didascalie inventate di sana pianta e gravemente errate

Geografia disinvolta

Il settimanale *Anna*, edito da RCS, ha pubblicato nel settembre 2000 una fotografia di Mono Lake all'interno di un servizio riguardante la Death Valley. I due luoghi si trovano entrambi in California ma sono distanti centinaia di chilometri l'uno dall'altro e sono realtà geografiche profondamente diverse.

Come se ciò non bastasse, al Mono Lake sono state attribuite caratteristiche assai improbabili, chiamando "ghiacciai" quelle che in realtà sono formazioni simili a stalagmiti.

Ho preso allora, come si suol dire, carta e penna, e ho inviato una lettera alla redazione di *Anna*, rivista con la quale peraltro collaboravo in quegli anni. Eccola.

Gentile redazione di *Anna*,
in riferimento all'articolo sulla Death Valley pubblicato dal vostro giornale, la didascalia della foto a pag. 129 in basso recita: "Uno dei ghiacciai che appaiono sulla cima delle montagne". In realtà si tratta di uno scorcio di Mono Lake, California, che si trova a 150 e più Km di distanza, ampiamente al di fuori della Death Valley, più a nord ovest, vicino al parco nazionale di Yosemite.

Anna del 27/09/2000. Didascalia: Uno dei ghiacciai che appaiono sulla cima delle montagne. Fotografia Neri.

Le strutture che emergono (e si specchiano) nell'acqua non sono ghiaccio e non sono sulla cima di una montagna: sono invece formazioni di carbonati (di calcio e di magnesio) che originano dal deposito, avvenuto nel corso di migliaia di anni, dei calcari disciolti nell'acqua, analogamente a ciò che avviene nelle stalattiti e nelle stalagmiti. L'aspetto attuale del lago è il risultato di una sconsiderata deviazione degli immissari, iniziata negli anni quaranta, attuata per rifornire l'acquedotto di Los Angeles. Ciò ha provocato l'abbassamento di una quindicina di metri del livello del lago, con la conseguente emersione delle formazioni calcaree, prima di allora completamente immerse.

Il luogo è affascinante ma presenta caratteristiche assai diverse dalla Death Valley. Abbinare quella foto con quella didascalia è un po' come utilizzare foto di vigneti dell'Oltrepò pavese in un servizio sulle faggete del Monte Rosa, se mi passate il paragone. A chi dobbiamo questa suggestiva invenzione letteraria e quest'approccio creativo e fantasioso alla geografia?

Direttamente all'agenzia Grazia Neri che vi ha fornito le immagini? O a qualche redattore alle prese con didascalie mancanti o errate? Capisco che al mondo ci siano problemi più gravi di questo, ma da questi episodi apparentemente minori originano a mio parere fenomeni di portata ben più vasta e preoccupante (perdita di credibilità dei giornalisti e dei giornali, tanto per citarne uno). In ogni caso, buon lavoro e grazie per l'attenzione.
Marco Capovilla

Risposta della redazione di Anna.

Hai ragione, quelle fotografate sono formazioni di carbonati (di calcio o di magnesio) e non, come indicato nella nostra didascalia, montagne di ghiaccio. Un errore. Mi dispiace. Peccato che il fotografo e l'agenzia che ci hanno venduto il servizio non siano precisi e scrupolosi come te. Se solo avessimo avuto la metà delle informazioni che ci hai dato tu (invece di un tristissimo telaietto bianco) forse non avremmo dovuto lavorare male e con fatica. Con le conseguenze che sai. Pazienza, cose che capitano a chi lavora.

Si possono trarre le conclusioni che si ritengono più opportune da questo banale incidente di percorso redazionale. Io ho a cuore queste:

- nelle redazioni dei giornali le immagini, e le parole ad esse collegate, non sempre sono strettamente correlate, a volte sono completamente slegate,
- nelle redazioni dei giornali le fotografie vengono trattate come figure suscettibili di interpretazioni personali, piuttosto che come documenti legati a fatti ed eventi reali,
- le agenzie di immagini forniscono spesso materiale di discutibile o scarsa utilizzabilità in ambito giornalistico in quanto non fornite, in molti casi, di adeguate didascalie esplicative,
- larga parte dei giornalisti, non avendo una specifica preparazione culturale sul valore delle immagini tendono a sottovalutare l'impegno necessario ad ottenere un loro corretto utilizzo in ambito giornalistico,
- non meno grave è la persistente insensibilità degli editori italiani nei confronti della necessità di investire economicamente nella formazione culturale e tecnica del personale addetto alla scelta, all'impiego e alla lavorazione delle fotografie.

Travisamento delle didascalie originali e introduzione della retorica del dolore e delle emozioni

Il 24 marzo 2003 *l'Unità* ha pubblicato a pagina 8 la fotografia che vediamo in questa pagina. A sua volta la foto era accompagnata dalla didascalia seguente: "Un padre con in braccio il corpo senza vita della piccola figlia morta sotto un bombardamento su Bassora. *Nabil/AP".*

La fotografia originale era invece accompagnata dalla seguente didascalia: "An unidentified Iraqi man holds an unidentified girl wounded after U.S.–led coalition air strikes over the southern Iraqi city of Basra, Saturday March 22, 2003. *(AP Photo/Nabil)*".

l'Unità, 24 marzo 2003. Didascalia: Un padre con in braccio il corpo senza vita della piccola figlia morta sotto un bombardamento su Bassora. Fotografia Nabil/AP

Traduzione: "Un uomo iracheno non identificato regge tra le braccia una bambina irachena non identificata ferita in seguito ai bombardamenti della coalizione guidata dagli Stati Uniti su Bassora, città dell'Iraq meridionale. Sabato 22 marzo 2003. *(AP Photo/Nabil)".*

Nella "colorita" interpretazione, ad opera dell'anonimo redattore, sono stati quindi aggiunti, frutto di gratuita fantasia, i seguenti dati non desumibili dal testo originale:

- che tra l'uomo e la bambina c'è un rapporto di parentela padre–figlia
- che la bambina è morta.

Non sappiamo cosa abbia spinto la redazione a "forzare" il senso della foto in questa direzione di retorica lacrimosa, ma abbiamo sufficienti elementi per ricavarne la fondata convinzione che il testo originale fornito assieme all'immagine dall'agenzia venga costantemente interpretato nelle redazioni dei giornali italiani come un canovaccio sul quale l'estro e l'immaginazione dei redattori deve esercitarsi (non siamo stati forse noi italiani gli inventori della Commedia dell'Arte?), proprio per dimostrare professionalità.

Forse non sarà inutile ricordare ai colleghi giornalisti de *l'Unità* questo passaggio di un noto testo scritto più di cinquant'anni fa da Roland Barthes:

> La fotografia di giornale è un messaggio. L'insieme di questo messaggio è costituito da una fonte emittente, un canale di trasmissione e un ambiente recettore. La fonte emittente è la redazione del giornale, il gruppo di tecnici di cui certi prendono la fotografia, altri la scelgono, la compongono, la trattano e di cui altri, infine, la intitolano, la corredano di dicitura e di commento. Il gruppo ricevente è il pubblico che legge il giornale. E il canale di trasmissione è il giornale stesso, o più esattamente, un complesso di messaggi concorrenti, di cui la fotografia è il centro, ma i cui contorni sono costituiti dal testo, il titolo, la dicitura, la impaginazione, e in un modo più astratto ma non meno "carico di informazione", il nome stesso del giornale.

Va sottolineato il fatto che quando Barthes scrisse questo saggio (1960) c'erano almeno due differenze principali nella struttura produttiva dei giornali, rispetto alla situazione odierna:

1. le fotografie che arrivavano nelle redazioni non sempre avevano una didascalia, e se c'era non sempre era particolareggiata e precisa nell'indicare luoghi, nomi, date e altri dettagli informativi,
2. all'interno dei giornali, come ricorda Barthes, erano dei "tecnici" ad avere a che fare con le fotografie, mentre ora ci sono i redattori, i photo editor, gli art director: tutti giornalisti professionisti iscritti all'Ordine, ai quali non dovrebbe sfuggire l'importanza di una corretta didascalizzazione delle foto.

Agli stessi giornalisti professionisti non dovrebbe sfuggire nemmeno

quanto contenuto nella "Carta dei doveri del giornalista", stipulata l'8 luglio 1993 tra Ordine dei Giornalisti e Federazione Nazionale della Stampa. Tra i princìpi, v'è scritto infatti: "I titoli, i sommari, le fotografie e le didascalie non devono travisare, né forzare il contenuto degli articoli o delle notizie".

Ecco i motivi per cui sono sorpreso (è un eufemismo) che ancora oggi, considerando che tutte le fotografie che arrivano attraverso le agenzie di stampa internazionali hanno didascalie ricche di dettagli precisi, ci si permetta ancora di travisarle, di inventarle, o, come in questo caso, di tingerle di una prosa strappalacrime di cui nessuno sente particolare bisogno, essendo già sufficientemente drammatici gli avvenimenti ai quali fanno riferimento le immagini.

Vorremmo, come lettori, una cosa molto semplice, anche quando si tratta di didascalie: news e non fiction. Vorremmo anche una cosa un po' meno semplice: rispetto per il lavoro dei fotogiornalisti, da un lato e rispetto per le persone di cui si parla, dall'altro.

Didascalie cumulative

Lavori in corso e volpi in provincia di Avellino

Forse – questa è un'ipotesi – i giornalisti che lavorano nelle redazioni in Italia non hanno mai incontrato nella loro carriera qualcuno che insegnasse loro a scrivere le didascalie. Eppure "Come si scrive una didascalia" è uno degli argomenti affrontati in qualsiasi corso di fotogiornalismo. "How to write captions" è il titolo di numerosi capitoli o paragrafi di volumi sul fotogiornalismo o comunque sull'utilizzo delle immagini nel campo editoriale. Se ne trovano facilmente numerosi esempi anche in rete.

Nonostante la disponibilità di queste risorse, nel numero 700 di *D-La Repubblica* del 26 giugno 2010, per meglio spiegare le 31 fotografie di Samuele Pellecchia (*Agenzia Prospekt*) pubblicate da pagina 48 a pagina 59, sono state utilizzate 8 didascalie. Se si considera che quattro immagini hanno la loro propria didascalia, le rimanenti 27 fotografie hanno solamente quattro didascalie. Sono perciò didascalie "cumulative", nelle quali sono compresse alla bell'e meglio le informazioni essenziali.

Essenziali? Vediamole nel dettaglio.

Didascalia "cumulavtiva" a pagina 50, che ci dovrebbe guidare nella lettura di sette fotografie: "Facce, luoghi e storie dell'Appia. L'inizio (Porta Capena, Roma), i suoi resti (qui sotto, tra Fondi e Itri, vicino a Latina), al mare (Terracina), tra aerei (Ciampino), vie del centro (a Benevento), lavori in corso e volpi in provincia di Avellino."

D - La Repubblica, 26/06/2010, pagg 50–51

Oppure quella a pagina 51, collegata ad altre sette foto: "Lasciata Roma (e i suoi cartelli, qui a sinistra) l'Appia punta a sud, lungo i campi di pomodori di Capua (Ce), sfiorando Caserta e la sua Reggia (in alto) per poi attraversare paesini come Oria (Br), in alto a sinistra il rione ebraico, e Venosa (Pz): il bar del Popolo in piazza del Castello".

Eppure, di spazio per altre didascalie ce ne sarebbe stato, a volerlo trovare, e dunque si poteva prevedere una descrizione delle immagini in forma disaggregata: una per ogni immagine. Il grafico che ha impaginato il servizio ha invece preferito lasciare molto spazio bianco, consegnando al redattore due spazi striminziti per le didascalie, del tutto inadatti alla descrizione di sette immagini tra loro molto differenti per il loro "chi–dove–quando–cosa–perché–come".

Se però vogliamo provare a individuare responsabilità precise, anziché imputare sempre al destino crudele ciò che accade, dobbiamo dire delle cose forse un po' sgradite, che non possono tuttavia più essere sottaciute. I colleghi grafici e art director, che nelle redazioni più "serie" sono sempre – o quasi sempre – dei giornalisti professionisti iscritti all'Ordine (per motivi di natura contrattuale) sono consapevoli di lavorare in un organo di informazione? Sanno che la collocazione in pagina di articoli, immagini, grafici, titoli, sommari, occhielli, didascalie e altro risponde ad una esigenza prioritaria di tipo informativo? O non si confondono spesso con altri ambiti in cui la grafica ha altri ruoli e altre esigenze, come ad esempio il campo pubblicitario, artistico o più banalmente commerciale?

I grafici che lavorano nelle redazioni, nella mia esperienza personale, spesso non sono dei giornalisti–grafici ma dei grafici che hanno sostenuto e superato l'esame di giornalista, il che è tutt'altra cosa. Ciò li rende, spesso, inadatti ad occuparsi di informazione giornalistica, spesso proprio nel delicato campo delle informazioni testuali che si accompagnano alle immagini.

C'è però a questo punto anche l'altra metà antipatica del discorso che andrebbe fatta. Anche supponendo che quella dei grafici sia la responsabilità primaria, non c'è a valle (o a monte, o di fianco, nella organizzazione del lavoro redazionale) un controllo giornalistico che preveda, da parte dei caporedattori, vicedirettori e direttori (ce n'è spesso più d'uno) la corretta didascalizzazione delle immagini, seguendo criteri giornalistici, in modo da non dover propinare al lettore delle bestialità, inadatte perfino ad un SMS scambiato tra adolescenti, del tipo di quelle sopra accennate ("lavori in corso e volpi in provincia di Avellino")?

D'accordo, era una domanda retorica, perché la risposta la sappiamo già: no, non c'è questo controllo, perché nelle redazioni non c'è la cultura dell'immagine e di quello che, una volta messa in pagina, essa dovrebbe significare. Non c'è rispetto né per il lavoro del fotogiornalista (nello specifico, il bel lavoro di Samuele Pellecchia è stato ridotto, proprio a causa di questo impaginato "artistico", ad un insulso mosaico, a uno zibaldone di immagini e immaginette senza capo né coda), né c'è rispetto per gli interessi del lettore, che forse, oltre all'emozione della doppia pagina coi colori saturi o le atmosfere forti, vorreb-

be anche trovare, nelle immagini e nelle loro didascalie, un'informazione che affianchi, arricchisca e completi i contenuti degli articoli. E dire che, per arrivare alla sufficienza, basterebbe sfogliare e trarre ispirazione da qualche rivista straniera.

Didascalie con errori dalle conseguenze molto gravi

Ordinaria amministrazione

Il 14 febbraio 2004 a pagina 10–11 del quotidiano *La Repubblica* appare una foto nella quale si distinguono tre persone. La didascalia identifica, oltre a Calisto Tanzi e a Sergio Cragnotti, arrestati per il crack Parmalat e Cirio, rispettivamente, anche una terza persona in divisa da finanziere, della quale ci vengono detti nella didascalia sia il ruolo ricoperto all'interno della Guardia di Finanza, sia il nome e cognome.

Gli inquirenti milanesi indagano sull'avvocato anche per il reato di

lire ciascuno che finiscono sui conti dell'avvocato prima in Svizzera e poi in Italia. «Retribuzioni per attività extragiudiziale»

In alto, Calisto Tanzi, Sergio Cragnotti e, al centro, il comandante della Guardia di Finanza, Roberto Speciale

La Repubblica 14/02/2004, pagine 10–11. Didascalia: In alto, Calisto Tanzi, Sergio Cragnotti e, al centro, il comandante della Guardia di Finanza, Roberto Speciale.

Nella rettifica pubblicata il giorno seguente, 15/02/2004, nella rubrica delle lettere, possiamo leggere:

> Nella fotografia pubblicata a pagina 10 sull'edizione di ieri l'ufficiale ritratto tra Calisto Tanzi e Sergio Cragnotti non è – come riportato erroneamente nella didascalia – il comandante generale della Guardia di Finanza Roberto Speciale. Ce ne scusiamo con l'interessato e con i lettori.

Un refuso, si dirà, uno scivolone che può sempre capitare. Sì e no, perché qui non si tratta di un errore di ortografia, di un errato e innocuo scambio di nomi, ma di una violazione gravissima del codice deontologico, che può provocare danni incalcolabili alla reputazione e alla rispettabilità di una persona.

Una fonte ben informata mi ha raccontato che qualche tempo fa gli archivisti di questo stesso giornale, in risposta ad una richiesta da parte della redazione di rintracciare e trasmettere una foto di Mele (inteso come cognome di persona), inviavano invece una foto con un cesto di mele (nel senso del frutto) in primo piano. La cosa incredibile è che la foto fu davvero pubblicata con una didascalia che faceva riferimento invece alla persona.

Succedono frequentemente, questi episodi (ne ho un'intera collezione a disposizione dei curiosi); succedono soprattutto con le foto, anche perché non riusciamo ad immaginare che analoga "disinvoltura" possa essere applicata dai redattori ai testi senza rischiare, oltre al licenziamento, anche le sanzioni dell'Ordine dei Giornalisti. Che invece, sarà un caso, non vengono mai applicate a questa categoria di contenuti giornalistici. Due pesi e due misure.

2.5 Mancanza di senso di responsabilità sociale

In questo paragrafo analizzerò quattro tipologie di immagini:

- fotografie dal significato ambiguo, potenzialmente ansiogene,
- fotografie raccapriccianti usate per stimolare istinti viscerali,
- fotografie la cui pubblicazione fuori contesto rischia di stimolare il revisionismo storico,
- fotografie che abbinate a testi irresponsabili, incitano a comportamenti di sopraffazione dell'uomo sulla donna

Fotografie dal significato ambiguo, potenzialmente ansiogene

Dobbiamo avere paura degli ayatollah?

Una donna velata, armata di una gigantesca pistola, ci guarda diritto negli occhi dalla copertina del mensile *Geo* del novembre 2007.

Geo, novembre 2007. Titolo: Iran, che cosa cambierà. Fotografia di Ulla Kimmig / Laif

Per riuscire a sapere chi è dobbiamo aprire il giornale e leggere la didascalia di una delle quattro foto che compaiono nella pagina dell'editoriale. Come nei migliori racconti thriller, non vi svelerò subito la risposta, che possiamo trovare anche a pagina 148 della rivista, dove la stessa immagine

viene ripetuta a piena pagina con una didascalia dal titolo rivelatore.

Questo spunto di riflessione parte da una premessa: nei media, in tutti i media, tradizionali ed elettronici, ciò che colpisce la nostra attenzione di lettori molto prima del testo scritto, sono le immagini. Parole e immagini hanno infatti percorsi diversi nel nostro cervello: per le immagini, la prima decodifica non implica tanto l'aspetto analitico e razionale quanto il coinvolgimento emotivo e affettivo. In seconda battuta, dopo cioè che ci siamo fatti un'idea di ciò che abbiamo davanti tramite le immagini, la nostra mente passa all'analisi dei testi, delle parole, e mette in relazione i significati di queste due principali componenti del "discorso".

Pertanto, a partire da questo paradigma interpretativo generale, che oggi è ampiamente accettato dagli studiosi e dai ricercatori, proviamo a descrivere quale possa essere stata la prima reazione suscitata dalla copertina in questione.

Vedere una donna con la testa coperta dal tipico velo, in questo caso un velo nero, indossato dalle donne musulmane, che brandisce una pistola – una gigantesca pistola – e guarda con aria compiaciuta, se non proprio di sfida, e si mostra sicura di sé nell'inquadratura, leggermente dall'alto verso il basso, induce a pensare, credo senza timore di essere smentiti, "Le donne musulmane si stanno addestrando a qualche missione militare, bellica, hanno imbracciato le armi: si stanno preparando a combattere in guerra". Possiamo aggiungere che anche altri elementi dell'immagine possono contribuire al rafforzamento di questa prima, frettolosa, interpretazione: l'assenza di riferimenti chiari e riconoscibili nell'inquadratura, ad eccezione di un paesaggio montagnoso, leggermente innevato e di un generale senso di solitudine, di isolamento, contribuiscono ad accrescere l'impressione di attività svolta lontano da occhi indiscreti, diciamo in quasi clandestinità. Vengono in mente addestramenti fatti in montagna, poligoni di tiro non ufficiali, riparati da sguardi indesiderati.

A questo punto possiamo procedere alla lettura del titolo, in rosso, che spicca sulla veste nera della nostra combattente: Iran. A mitigare, forse, questo impatto drammatico, che suscita ipotesi di scenari non certo rassicuranti, il sottotitolo, in caratteri bianchi, "che cosa cambierà". E poi ancora, nei due sommarietti:

Società – Cinema, giovani, vita quotidiana: un paese sorprendente.

Geopolitica – Dobbiamo avere paura degli ayatollah? Gli esperti rispondono.

Insomma, nel momento storico in cui era uscito il mensile di cui parliamo, il mese di novembre 2007 (ma, a parte alcuni leader politici diversi, anche nel marzo 2012, quando questo articolo è stato rieditato) in cui il mondo stava con il fiato sospeso per le dichiarazioni convergenti di Bush e del ministro degli esteri francese Bernard Kouchner, riguardanti l'inevitabilità e l'imminenza di un'azione militare che fermasse l'Iran di Ahmadinejad, il mensile *Geo* ci proponeva in copertina una donna iraniana armata, e, promettendo di illustrarci "che cosa cambierà" in Iran, non si perita di sottoporci la domanda (retorica): "dobbiamo avere paura degli ayatollah?". E' un atteggiamento responsabile, questo? Io credo di no. E' fare informazione corretta, tutto ciò? No, io ritengo che questa informazione truffaldina peschi nel torbido delle nostre paure, semini ansia (d'accordo, è il mestiere dei media), alimenti timori profondi. Proprio a causa della scelta della foto.

Ma allora, vi chiederete a questo punto, chi è questa signora che ha scatenato questo cataclisma di interpretazioni? E perché campeggia nella *cover* di *Geo*?

Si tratta di Manijeh Kazemi, campionessa iraniana di tiro a segno, che ha partecipato alle Olimpiadi del 2000 e del 2004. E dunque la sua arma è semplicemente una pistola da tiro a segno, non il simbolo della resistenza della popolazione iraniana alla probabile, o almeno possibile, ennesima guerra "preventiva", dell'amministrazione Bush (e delle amministrazioni successive).

In casi come questo ci si può chiedere se la valutazione dell'impatto che questa foto avrebbe potuto causare sia stato adeguatamente preso in considerazione dai responsabili della testata prima di "sbattere il mostro in prima pagina". La risposta è in parte contenuta nella didascalia che, come dicevamo, appare a pagina 148, assieme alla medesima foto: "Terrorista? No, atleta." Questa didascalia significa infatti che chi ha scelto questa foto per la prima pagina ha correttamente attribuito al pubblico, ai lettori, la prima e più immediata interpretazione: "Terrorista", ma anziché decidere di lasciare la fotografia ad un ruolo di illustrazione del cambiamento della società iraniana e posizionarla unicamente nelle pagine interne con dida-

scalia in bella evidenza, l'ha promossa a valore paradigmatico di ciò che sembra riservarci l'Iran. Collocandola in prima pagina, senza didascalia esplicativa e senza altri elementi di identificazione se non le sensazioni espressamente richiamate nei testi dei sommari di "sorpresa" e "paura", ne ha utilizzato il potenziale di curiosità (una donna islamica con la pistola?) e di fascino (un bel volto di donna giovane e determinata) per compiere quel salto di significazione di cui in un momento storico in cui il mondo è sull'orlo dell'abisso della guerra nucleare, francamente non si sentiva proprio il bisogno.

Ceci n'est pas un pistolet

Questa mattina, mentre facevo colazione, una scritta minuscola in verticale sul bordo della confezione di cereali ha attirato la mia attenzione. "Immagine a scopo dimostrativo", diceva la scritta, e significava che quella foto in cui si vedeva un bel flusso di latte irrorare i corn flakes in una tazza di porcellana non doveva trarmi in inganno: non dovevo cioè aspettarmi che dentro a quella scatola ci fosse davvero, oltre ai fiocchi, né il latte, né la tazza, né il cucchiaio e tantomeno la magica e sognante atmosfera che quell'immagine suggeriva. E, a veder bene, forse nemmeno quei fiocchi, ritoccati uno per uno con il computer o selezionati per armonia di forme, perfezione tecnica e dimensioni tra milioni di altri fiocchi usciti di fabbrica meno fotogenici. Lo scopo "dimostrativo" (o, come recita qualche altra confezione di alimenti da me prontamente controllata, lo scopo "puramente illustrativo") è una sorta di richiesta di attenuante generica, un "disclaimer", un mettere le mani avanti da parte dell'azienda produttrice di cereali per la prima colazione, consapevole che quel bell'alimento raffigurato sul packaging non garantisce al consumatore alcuna corrispondenza con quanto troverà effettivamente dentro alla confezione.

Mi è venuto in mente questo ardito paragone – ma forse alla fine non così ardito – nell'affrontare l'ennesima questione relativa alle copertine delle riviste. Copertine che, a detta di giornalisti, art director, graphic designers, esperti di marketing, godono di una sorta di statuto speciale in quanto fluttuano tra la necessità da un lato di comunicare i contenuti di

un prodotto editoriale–giornalistico, pertanto adottandone tutte le regole, e dall'altro l'esigenza di pubblicizzare nel modo più efficace un prodotto in vendita, in questo senso adottando invece altre regole: quelle della pubblicità e della promozione delle merci. Un ibrido, pertanto, spesso – sempre? – in bilico tra correttezza giornalistica ed efficacia comunicativa dal punto di vista commerciale. Un compromesso al limite dell'impossibile.

Vi voglio parlare del recente caso della donna–velata–con–pistola che è

Geo novembre 2007, *Internazionale* 6/02/2009

apparsa sulla copertina dell'*Internazionale* n° 781 del 6/12 febbraio 2009. Una immagine che è già apparsa altrove, e pertanto è già stata oggetto delle mie riflessioni critiche: l'ha infatti utilizzata in copertina il mensile *Geo* (edizione italiana) nel novembre 2007. Perché dunque riprendere lo stesso argomento? Cerco di spiegarvelo.

Noto che sull'argomento la pensa più o meno come me anche la lettrice Bianca Maria Filippini, che nella rubrica della Posta nel n° 782 di Internazionale scrive:

> Da abbonata entusiasta ho accolto con disappunto la scelta della foto di copertina della settimana scorsa. Sono appassionata e studiosa dell'Iran e cerco avidamente su Internazionale ogni riferimento a questo paese, soprattutto gli articoli tratti da riviste iraniane. Il trentesimo anniversario della rivoluzione non poteva che soddisfare le mie aspettative ma quella foto in copertina, senza alcuna didascalia, mi ha gelata. La ragazza ritratta nella foto (già usata per la copertina di un'altra nota rivista) è la campionessa iraniana di tiro a segno

> Manijeh Kazemi, e non semplicemente quello che si potrebbe pensare: una donna iraniana in chador che impugna una pistola! Sono certa che non volete contribuire a dare un'immagine falsata della realtà solleticando i pregiudizi di tanti italiani, bombardati continuamente da mistificazioni mediatiche.

C'è, dunque, ancora una volta, in discussione il ruolo delle immagini senza didascalia e l'inevitabile indeterminatezza di significato che a esse si accompagna. Per completezza, riporto un'altra lettera sull'argomento, di parere contrario, apparsa sul successivo numero di Internazionale, il n° 783, a firma Andrea Cimatoribus:

> Sul numero della settimana scorsa una lettrice si lamentava della copertina sull'Iran. Purtroppo non ho ancora avuto modo di leggere l'articolo sui trent'anni della rivoluzione, ma intanto volevo dirvi che a me l'immagine di copertina non è sembrata affatto stereotipata. Al contrario, l'ho trovata piuttosto ironica. È proprio vero che guardare le cose le cambia.

A me non sembra esserci alcuna ironia rintracciabile in questa immagine, proprio perché essa ritrae esattamente un'atleta olimpionica di tiro con la pistola, che non sta recitando un ruolo diverso da ciò che è nella realtà.

Voglio però qui aggiungere un utile argomento alla nostra discussione: il parere della fotografa che di quella immagine è l'autrice. Ho raggiunto via e–mail Ulla Kimmig, fotografa tedesca rappresentata dall'agenzia Laif. Ulla si è dimostrata molto felice di raccontare la sua versione di questa storia e l'origine di questa immagine per certi aspetti controversa. Questi i brani più significativi della sua testimonianza:

> Mi aspettavo una didascalia che spiegasse la foto usata in copertina e invece la didascalia non c'è in nessuno dei due casi, né in *Geo*, né in *Internazionale*, e questo è un "uso improprio" della foto. (…) Questa immagine è sempre presente in ogni mia mostra, e da parte mia pongo sempre grande attenzione affinché la didascalia sia chiara, proprio per evitare il pericolo che la foto venga interpretata in un altro senso. (…) I redattori sono sempre troppo pigri per riuscire a scrivere didascalie ampie sotto o accanto alle foto, col risultato che spesso se le inventano. Spesso mi capita di leggere didascalie sbagliate. E sono arrivata anche all'assurdo di aver avuto difficoltà a pubblicare un servizio proprio a causa della mia richiesta di scrivere accanto alle foto tutte le infor-

mazioni necessarie. L'editore mi ha detto che è troppo chiedere al lettore della rivista di leggere tutta quell'informazione, potrebbe annoiarsi! Ma quell'informazione è necessaria, in particolar modo per le foto dell'Iran, in cui il contesto è così diverso dalla realtà che noi conosciamo.

Fin qui Ulla Kimmig. Aggiungo che, da una attenta analisi del sito dell'agenzia Laif risulta che nessun'altra rivista ha utilizzato in copertina la foto di cui stiamo parlando. La fotografia della campionessa di tiro a segno è sempre stata utilizzata in pagine interne. Segno che il rischio di un pericoloso fraintendimento è stato avvertito in maniera chiara e netta da tutte le redazioni (di periodici non italiani, sottolineo) che quella immagine avevano comunque scelto di pubblicare.

Non ho qui certezze o verità da distribuire ai miei lettori, ma voglio comunque indicare alcune "aree sensibili" da tenere sotto controllo.

Fotografie raccapriccianti usate per stimolare istinti viscerali

Feti vestiti da neonati

La fotografia di un feto morto di 38 settimane (cioè di un futuro essere umano ancora ospitato nell'utero della madre, in quanto non partorito), estratto nel corso dell'autopsia dal cadavere della madre morta ammazzata e travestito da bebè dormiente è stata pubblicata dal Gazzettino – il quotidiano del NordEst – il 12 maggio 2006, in prima pagina, sotto al titolo "Il volto dell'angioletto".

La fotografia è stata scattata dalla futura nonna e consegnata ai giornalisti del Gazzettino con preghiera di pubblicazione.

Vorrei cercare di analizzare qui alcuni motivi per i quali tale pubblicazione ha suscitato (come peraltro già previsto e messo in conto dagli stessi autori dell'articolo e dalla direzione del giornale) reazioni molto forti sia da parte dei lettori, sia da parte degli altri giornalisti e giornali, sia da parte degli organismi preposti al rispetto delle norme deontologiche (ordini regionali e nazionale), sia anche da parte del Garante della Privacy.

I "temi" che sarebbe interessante esplorare sono:

- a chi debba rispondere un giornalista nello svolgimento della sua professione,
- a quale genere di immagini intendesse realmente fare riferimento il legislatore quando formulò l'articolo 528 del codice penale, là dove si parla di "(…) stampati i quali descrivano o illustrino, con particolari impressionanti o raccapriccianti (…)", terminologia poi ripresa nell'articolo 15 della legge n. 47 sulla stampa,
- come vada interpretata la frase, contenuta nelle medesime leggi, che in riferimento alle immagini di cui sopra, ne valuta l'attitudine o potenzialità a "turbare il comune sentimento della morale",
- da quali motivazioni profonde siamo guidati noi nel definire "oscena" una simile pubblicazione,
- della lesione della dignità di quali individui si parli nella legge: dei morti o dei vivi? O di entrambi? E nel caso dei "mai nati" come ci si deve comportare?
- e infine, quali stiano diventando, in mano ad un giornalismo che punta sempre più sullo "scoop" e sulla cosiddetta "spettacolarizzazione della sofferenza" o "pornografia della morte", i pericoli di un'offerta di immagini prodotte con una logica del tutto slegata dalle norme deontologiche della professione giornalistica.

Provo a rispondere ad almeno uno dei quesiti sollevati, quello contenuto nel primo punto e che forse ha più a che fare con il tema di questo volume: quale debba essere il comportamento dei giornalisti di fronte a immagini problematiche e che suscitano grandi interrogativi sulla liceità della loro pubblicazione.

La domanda viene stimolata dall'affermazione fatta dal direttore del *Gazzettino*, sia nell'intervista pubblicata su *Liberazione* ("La madre di Jennifer ci ha chiesto di diffondere la foto del nipotino che non ha visto nascere"), sia nell'editoriale apparso il giorno dopo la pubblicazione della foto ("(…) le ragioni che ci hanno indotto a dare alle stampe il volto del piccolo Hevan (…): innanzitutto per esaudire il desiderio espressoci da una donna e da un uomo cui sono stati strappati contemporaneamente la figlia e il nipotino (…)"). Affermazione già precedentemente sottolineata dall'autore dell'articolo che accompagnava la foto ("Anna Maria Gianno-

ne mostra la foto (…) con una preghiera: Pubblicatela").

Dunque, ripeto, a chi deve rispondere un giornalista nello svolgimento della sua professione? Ai parenti dei morti ammazzati? Alle vittime di ingiustizie pubbliche o private? Ai veri o presunti oppressi e perseguitati delle mille storie che incontra nel corso della propria professione?

TINO

TREVISO UDINE VICENZA - BASSANO

dEst

Oggi a Martellago i funerali di Jennifer e del figlio Hevan

IL VOLTO DELL'ANGIOLETTO

Hevan in questa foto scelta dalla nonna sembra essersi addormentato

di VITTORIO PIEROBON

Il Gazzettino 12/05/2006

Io credo di no, credo che a far da guida all'esercizio della professione giornalistica debbano essere soltanto la propria coscienza, la legge deontologica dell'Ordine professionale a cui si appartiene e le leggi dello Stato. Le richieste da parte di altri soggetti, pur comprensibili nel disperato dolore di chi subisce il trauma della perdita violenta dei propri famigliari, possono essere, in casi come questo, soltanto fermamente respinte. I giornalisti non possono essere "al servizio dei propri lettori" nel senso di soddisfarne tutte le richieste, incluse le più macabre, con il risultato (probabilmente cercato) di trasmettere, stuzzicare e provocare comportamenti voyeuristici e necrofili.

E infine, ma soprattutto, ora che a produrre giornalismo, e fotografie, e video, ci si sono messi anche i testimoni degli eventi, i "cittadini giornalisti", sarà necessario porsi alcuni interrogativi sulla necessità di rafforzamento della vigilanza, da parte dei giornalisti, nei confronti di un flusso crescente di immagini e di video che i "reporter per un minuto o per un'ora" sfornano con sempre maggiore prolificità. La difficoltà maggiore

sembra essere diventata oggi non più la scelta di "cosa pubblicare", ma piuttosto l'aver chiaro "cosa non pubblicare".

Ancora sulle Fotografie raccapriccianti usate per stimolare istinti viscerali

La macchia rossa sul materasso

> L'art. 15 della legge n. 47 del 1948 dispone che si applichi l'art. 528 del codice penale ai fatti riguardanti gli "stampati i quali descrivano o illustrino, con particolari impressionanti o raccapriccianti, avvenimenti realmente verificatisi o anche soltanto immaginari (…) in modo da poter turbare il comune sentimento della morale o l'ordine familiare o da poter provocare il diffondersi di suicidi o delitti."
> Il legislatore può rinviare a concetti, che evolvono secondo il costume sociale, ma attengono ad un bene giuridico reale, ossia il comune sentimento della morale e della dignità umana tutelata dall'art. 2 della Costituzione che l'esercizio del diritto di cronaca, pur pienamente legittimo in una società democratica ed aperta, deve salvaguardare come valore comune, non solo per un dovere di deontologia professionale ma – in casi estremi – per un dovere giuridico.

Mi sembra opportuno richiamare questi stralci di pronunciamenti e di sentenze per introdurre il discorso riguardo a una fotografia pubblicata nella copertina del settimanale *Panorama* l'1 agosto 2002: la foto del letto sul quale si è consumato il delitto del bambino di Cogne. Una fotografia che per la sua inutilità e gratuita morbosità non ha, a mio parere, paragoni nella storia del giornalismo italiano. Il direttore del periodico è stato chiamato a rispondere della pubblicazione di tale foto davanti alla commissione disciplinare dell'Ordine dei Giornalisti della Lombardia. La difesa del giornalista ha utilizzato l'argomentazione–passpartout del legittimo esercizio del diritto di cronaca per escludere che la pubblicazione della foto fosse in violazione dell'articolo di legge richiamato più sopra, che fa riferimento a particolari "impressionanti o raccapriccianti".

L'Ordine ha accolto le conclusioni della difesa, pur stigmatizzando il cinismo delle scelte editoriali di chi, pur di riuscire a vendere qualche co-

pia in più di un giornale, è disposto a ignorare i sentimenti di pietà umana che dovrebbero guidare le scelte di un giornalista.

Panorama 1/08/2002

Non ne ho parlato molto ma è chiaro che qui ci troviamo di fronte a valutazioni di ordine esclusivamente economico che finiscono per prevalere su principi etici, individuali e professionali.

Foto la cui pubblicazione fuori contesto rischia di stimolare il revisionismo storico

Deportazione su treni lussuosi?

La Repubblica ha ricevuto e pubblicato il 6 settembre 2006 una lettera da parte di Nedo Fiano, un deportato ad Auschwitz che mantiene un ricordo molto vivido di quel drammatico periodo della sua vita, e in particolare dei treni utilizzati per le deportazioni degli ebrei nei campi di sterminio nazisti. L'autore della lettera, dopo aver osservato che la foto che illustrava un articolo apparso qualche giorno prima era "non coerente con l'articolo" chiede al quotidiano, con tono garbato ma anche fermo, maggiore attenzione nell'utilizzo delle immagini, dato che una fotografia fuorviante come quella pubblicata da *Repubblica* può, in casi come questi, diventare veicolo di "pericolose falsità".

Concordo completamente, ringraziando l'attento lettore di *Repubblica* per questo vigile monitoraggio dell'utilizzo della fotografia sui mezzi di informazione, almeno per quando riguarda i temi a lui più vicini.

SABATO 2 SETTEMBRE 2006 — MONDO — LA REPUBBLICA 21

Battaglia legale per l'oggetto scoperto casualmente in una mostra

L'appello anche su Le Monde: "La rivoglio, è della mia famiglia"

DEPORTATI Ad Auschwitz furono deportate 1,3 milioni di persone. Di queste, 1,1 non sopravvissero

3.500

LE VALIGIE Sono 3.500 le valigie ritrovate ad Auschwitz e oggi custodite dal museo. I nomi stampati sulle etichette dei bagagli furono spesso fondamentali per risalire all'identità o al numero delle vittime dell'Olocausto.

"In quella valigia ad Auschwitz tutta la tragedia di mio padre"

Il figlio di una vittima dell'Olocausto chiede al museo la restituzione

DAL NOSTRO INVIATO
ANAIS GINORI

PARIGI — Questa è la storia di un figlio che vuole tenere vivo il ricordo del padre e di una fondazione che deve proteggere la memoria della Shoah. Il loro incrocio di destini ha generato un triste duello, che ormai sarà risolto per vie giudiziarie. «Sono desolato, non doveva andare così» ammette Michel Lévi-Leleu. Entro la fine del giusto compromesso» dice Freidj. «Molti discendenti della Shoah — aggiunge — hanno un rapporto sentimentale con oggetti e documenti. Forse il museo di Auschwitz non ha compreso la situazione umana, avrebbe dovuto usare più tatto».

Ma anche per la fondazione polacca è una questione di principio. «Quella valigia fa parte della storia del campo di Auschwitz, è una delle prove dell'Olocausto» è

La Repubblica 2/09/2006. Didascalia: Ad Auschwitz furono deportate 1,3 milioni di persone. Di queste 1,1 milioni non sopravvissero.

Aggiungo che l'esito involontario di una illustrazione di tipo didascalico come questa, confondendo valigie con vittime, e inopinatamente privilegiando le prime, vuoi per superficialità, vuoi per fretta, è quello di alimentare il revisionismo, che proprio intorno alle immagini relative alle condizioni dei deportati ha prodotto alcune tra le più vergognose pagine di "riscrittura della storia".

Qui di seguito la lettera di Nedo Fiano.

Caro Direttore,

ho letto con vivo interesse l'articolo "In quella valigia ad Auschwitz tutta la tragedia di mio padre" su *Repubblica* di sabato 2 settembre 2006. Voglio però parlare della grande fotografia che è stata scelta per l'articolo. La fotografia di una stazione ferroviaria francese – come si evince chiaramente dalle uniformi dei poliziotti – con un treno passeggeri in sosta, con facce sorridenti

e ammiccanti dai finestrini, con viaggiatori in giacca e cravatta e con passeggeri a terra con aria serena e tranquilla. Quella fotografia può far credere che: le deportazioni degli ebrei verso i Campi di Sterminio si facessero impiegando delle normali vetture passeggeri; le cravatte, le camicie e gli indumenti dei deportati fossero in ordine; i volti degli uomini fossero rasati e sorridenti; non ci fosse la presenza dura e impietosa degli SS.

I deportati venivano caricati sui carri bestiame a pugni e calci. In media ogni carro portava da 50 a 70 persone tra donne, bambini e vecchi. I viaggi, a seconda della provenienza, duravano da una a due e anche tre settimane, senza cibo e con pochissima acqua! All'arrivo nei Campi di Sterminio molti erano i morti e tutti i sopravvissuti erano deboli e storditi per la fame, la sete e la paura. Io sono tra i pochi sopravvissuti e ricordo benissimo la scena della partenza e dell'arrivo…

Se la redazione non dispone di una fotografia idonea, coerente con l'articolo, meglio è rinunciare all'immagine, piuttosto che presentare una pericolosa falsità.

Nedo Fiano
deportato A5404

Fotografie che abbinate a testi irresponsabili, incitano a comportamenti di sopraffazione dell'uomo sulla donna

Ti guardo ti voglio ti prendo

Le copertine, non è la prima che analizzo, sono un esercizio di equilibrismo al limite dell'impossibile tra informazione e pubblicità, tra valori che appartengono alla deontologia giornalistica e strategie comunicative, non di rado di dubbia qualità, che fanno parte del mondo della pubblicità e del marketing. Quella che mi limito qui a mostrare con poche righe di commento, è la copertina del mensile Jack dell'aprile 2008.

La giovane modella, adeguatamente poco vestita secondo i canoni correnti, ci guarda dritti in faccia, con le labbra socchiuse di ordinanza (un premio a chi mi mostra la foto di una modella con le labbra chiuse). Il testo accanto alla foto della ragazza, l'unico leggibile senza avvicinarsi molto alla copertina, recita un perentorio e urgente: "Ti guardo Ti voglio Ti prendo". Certo, abili avvocati saranno in grado di dimostrare che la frase

è chiaramente riferita ai "cellulari di primavera" della riga soprastante. Ma, se a questo punto del volume ricordate ancora le parole del neurofisiologo Prof. Maffei, potete forse avere qualche dubbio sulla vera finalità e sul vero esito comunicativo di questa copertina?

Jack, aprile 2008.

Chi ci rimette, in questo caso, è non solo il giornalismo nel suo complesso, ma soprattutto la speranza di vivere in una società in cui le sopraffazioni e le violenze dell'uomo sulla donna spariscano. Ricordiamo che un'indagine ISTAT del 2006 (la più recente) ha appurato che circa un terzo delle donne italiane dai 16 ai 70 anni dichiarano di esser state vittime di violenza, fisica o sessuale, almeno una volta nella vita. Un terzo, capite?

Una copertina con questo genere di messaggio non va nella direzione della riduzione dei valori allarmanti qui riportati, ma rischia, al contrario, di contribuire ad aumentarli. Diciamogli di smettere!

2.6 Manipolazione digitale

L'uso – e l'abuso – dell'elaborazione digitale delle immagini nei giornali italiani inizia alla fine degli anni '90, con molti anni di ritardo rispetto a quanto è avvenuto all'estero. Il primo caso di manipolazione da me raccolto, forse non il primo in assoluto, è del 1998. Sembrerebbe che il fenomeno, dopo una fase iniziale di espansione dovuta anche alla novità di quel "giocattolo tecnologico" che permette di cambiare a nostro piacimento la realtà, si sia dapprima stabilizzato per poi lentamente contrarsi in maniera decisa, facendo quindi registrare una progressiva diminuzione dei casi di falsificazione delle immagini. Ciononostante, qualche episodio eclatante di adulterazione dei contenuti giornalistici delle fotografie ogni tanto si ripresenta alle cronache anche oggi.

E' d'altra parte chiaro, e direi assolutamente pacifico che invece, nei settori giornalistici connessi con i periodici femminili, la costante e regolare manipolazione dell'immagine della donna è prassi comune e consolidata, al punto da non suscitare neppure più scandalo o indignazione. E' cioè passata l'idea che nel settore della moda e nel comparto "salute e bellezza" possano considerarsi legittime le stesse regole che si applicano alle immagini utilizzate in pubblicità. Di questo tuttavia non mi occuperò, nonostante sia un ambito che meriterebbe una riflessione e un'attenzione maggiore di quella che normalmente gli viene attribuita.

Gaza nelle fotografie manipolate su *Il Giornale*

Alla fine del dicembre 2008 e nelle successive settimane di gennaio 2009 a Gaza torna il conflitto armato. Non che i Palestinesi non combattano già una loro lotta quotidiana per la sopravvivenza, ma l'escalation di azioni militari Israeliane in quei venti giorni si configura come vera e propria guerra: cacciabombardieri, elicotteri Apache, bombe, carri armati e conseguenti devastazioni di abitazioni e anche di scuole e ospedali. E, dal punto di vista delle perdite umane, 1.200 palestinesi e 13 israeliani morti.

Il Giornale pubblica, il 5 gennaio 2009, come accompagnamento degli articoli di cronaca, una fotografia che trasuda falsità fin dalla prima rapida occhiata. Vi si vede un un soldato sdraiato a terra in tenuta da

combattimento, che imbraccia un mitragliatore. Ma si percepisce subito una singolare e assai poco probabile concentrazione di eventi bellici simultanei intorno a lui. A sinistra, poco sopra l'arma del soldato, un razzo si leva nel cielo, mentre un elicottero volteggia apparentemente a pochi metri da terra. All'angolo opposto, invece, dietro allo zaino e alle gambe del soldato, si trova, in un vistoso inserimento fatto con una immagine diversa, un carro armato sormontato da una nube di fuoco e, accanto a questa, un'altra foto, con due uomini e un bambino ferito. La didascalia, dal titolo "I militari entrano in città", fornisce qualche dettaglio sull'operazione, mentre la foto non è attribuita ad alcun fotografo o agenzia.

Il Giornale 5/01/2009

Il Giornale che ha la brutta abitudine di non citare né fonte né autore delle immagini, ignorando la didascalia originale, "arricchisce" la fotografia aggiungendo parti che la qualificano più come un'opera di illustrazione frutto di fantasia che come un prodotto giornalistico, eliminando strategicamente, tra l'altro, gli elementi che riteneva "di disturbo". Infatti, la foto originale ha un aspetto molto diverso da quella pubblicata.

Originale della foto pubblicata su *Il Giornale* 5/01/2009

Il Giornale, come tutti i quotidiani, ha una sua legittima linea editoriale e ben decise posizioni politiche, a partire dalle quali offre ai propri lettori un suo filtro di interpretazione della realtà. Questo filtro, lo dice la

deontologia dei giornalisti, ma ancor prima il buon senso, non può essere tuttavia interpretato come licenza di creare arbitrariamente collage di immagini e spacciarli per rappresentazioni fedeli della realtà. Cosa che invece *Il Giornale* ha fatto in questo caso, non isolato.

(Ringrazio Matteo Bergamini per questa segnalazione e per l'articolo su www.fotoinfo.net)

Manipolazione digitale delle foto per renderle asservite al testo, al fine di dimostrare una tesi

Ma Romiti, che quotidiani legge?

L'uso delle fotografie sui quotidiani risponde all'esigenza di dare in un'unica immagine una sintesi che spesso la realtà, attraverso la sua diretta trascrizione fotografica, non può o non sa fornire. Per soddisfare questa esigenza, a volte si fabbricano delle immagini ad hoc. Lo si faceva con metodi meno tecnologici quando i computer non c'erano o erano poco diffusi. Lo si fa ancor più ora che il fotoritocco è alla portata di tutti.

L'Espresso 3/12/1998

Un giornalista calabrese ha segnalato all'associazione Fotografia & Informazione una "incongruenza" tra le foto in suo possesso e una immagine della stessa situazione di cronaca pubblicata dal settimanale *L'Espresso* nel numero del 3 dicembre 1998: si tratta di una foto di Cesare Romiti, allora presidente del gruppo RCS, con in mano una copia del *Corriere della Sera* che non è in effetti proprio il *Corriere*, ma *il Crotonese*, quotidiano locale calabrese. Almeno per quanto riguarda la prima pagina, con la testata bene in vista. Nella foto de *l'Espresso*, però, sull'ultima pagina c'è la rubrica "Tutto Provincia" che *il Crotonese* pubblica ogni venerdì: que-

sto dettaglio rivelatore dev'essere sfuggito all'ignoto manipolatore di foto. La fotografia era stata fornita a *l'Espresso* dal fotografo Carlo Carino, dell'agenzia Imago Economica qualche tempo prima. In quell'occasione il fotografo aveva rispolverato una foto di cronaca dell'anno precedente e l'aveva trasformata in una foto di illustrazione pensando che fosse più di attualità e interessante far leggere a Romiti il *Corriere* (che è della RCS) che non il *Crotonese*. Giusta intuizione, ma scarsa conoscenza della deontologia. La foto, consegnata in redazione sotto forma di diapositiva, e correttamente presentata a voce per quel che era (un fotomontaggio), non recava però la scritta "elaborata al computer" o altra indicazione analoga. In quell'occasione non fu pubblicata e fu però archiviata senza spiegazioni sulla manipolazione contenuta. E da qui nacquero i successivi problemi.

Qualche mese dopo, rispolverata per illustrare un articolo di cronaca economica, è stata pubblicata senza ricordare che si trattava di un fotomontaggio, quindi senza indicazioni in tal senso in didascalia. E, come se non bastasse, a distanza di un mese, anche *Panorama* ha pubblicato la stessa immagine nuovamente senza specificare che si trattava di un fotomontaggio. Il fotografo, ascoltato sulla dinamica dell'episodio si difende dicendo: "Ma io quando gliel'ho consegnata li avevo avvertiti che si trattava di un fotomontaggio". La redazione de *l'Espresso*, da parte sua, non ricordava, sei mesi dopo, che non si trattasse di uno scatto "pulito" e quindi non ha avuto esitazioni nel pubblicarla senza alcun "caveat" per il lettore.

A quattordici anni di distanza da quell'episodio, è inevitabile confermare una posizione di condanna sia per il fotografo (per palese falsificazione dell'informazione), sia per il periodico (per leggerezza e negligenza). E tuttavia c'è anche chi invece osserva che il nostro sistema dei media richiede proprio questo tipo di "prodotti informativi" e dunque c'è poco da stupirsi se, seguendo il meccanismo della domanda e dell'offerta, qualcuno quei prodotti "taroccati" glieli propone.

Il palestinese con la fionda

Il manifesto ha manipolato, il 10 ottobre del 2000, una fotografia e l'ha pubblicata con grande risalto in prima pagina, salvo poi essere sma-

scherato in TV da *Striscia la notizia*. La fotografia originale, pubblicata lo stesso giorno anche da *la Repubblica* e dal *Corriere della Sera*, mostra un palestinese con la kefiah e la fionda che si ripara la testa proteggendosela con entrambe le mani, mentre dietro di lui, in secondo piano, altri dimostranti visti di spalle lanciano sassi alla volta dei tank israeliani, si suppone.

Qui sopra, il *Corriere della Sera* 10/10/2000
a destra, *il manifesto* 10/10/2000. Fotografia Jerome Delay/AP

Il manifesto ha rimosso del tutto gli altri palestinesi, lasciando la sola figura in primissimo piano, quella in atteggiamento difensivo. Un intervento decisamente molto pesante sull'immagine, immagino motivato dall'accoppiamento con un titolo altrettanto forte: "La caccia di Nazareth".

Il manifesto, una volta scoperto, ha difeso per un po' il proprio operato, salvo poi, dopo un paio di giorni, incalzato dalle lettere di protesta dei suoi stessi lettori, tutti fermamente contrari a quella falsificazione, capitolare e pubblicare una dichiarazione di ammissione di responsabilità e una tardiva autocritica.

A complicare ulteriormente la situazione, cinque giorni dopo *il manifesto* pubblicava un interessante articolo di Franco Carlini che richiamava l'idea, non certo nuova, della crisi del concetto di autore. Evidentemente applicabile anche a questo specifico caso. In quell'occasione avevo scritto una lettera al *manifesto* e a Carlini, che potete leggere per intero qui sotto. Non ricordo se fosse stata pubblicata. Carlini mi aveva invece gentilmente risposto, dichiarandosi disponibile al dialogo, pur non rinnegando le tesi sostenute. Nel frattempo, purtroppo, Carlini se n'è andato.

La mia lettera a *il manifesto*

Ci risiamo. Di fotografia, nel nostro paese, come al solito chiunque può parlare e scrivere. Lo si fa perché si ritiene di saperne qualcosa, perché si è mediamente colti, mediamente curiosi, mediamente critici e consapevoli della società in cui vive. Lo si fa perché, a differenza di altri campi del sapere, non si ritiene debba esserci bisogno di solide radici culturali specifiche e di vaste ed approfondite letture sull'argomento alle spalle.

In questo caso è toccato all'ottimo Franco Carlini (che seguiamo da molti anni e senza riserve apprezziamo), divulgatore scientifico tra i più preparati, attento osservatore e commentatore corretto e acuto dei mutamenti in atto nella nostra società, ma che nell'ambito fotografico non risulta avere alcuna specifica preparazione, se non, appunto, la cultura media che, nel campo della fotografia in Italia, significa aver letto "La Camera Chiara" di Roland Barthes, "Sulla Fotografia" di Susan Sontag e "L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica" di Walter Benjamin.

Questi tre "testi sacri" che datano nelle loro edizioni originali, rispettivamente 1980, 1973–77 e 1931 pur restando delle pietre miliari nella storia della riflessione sul medium, appaiono, all'osservatore più attento, palesemente insufficienti per tentare un'analisi con strumenti un po' più raffinati, e soprattutto aggiornati, dei meccanismi che governano la produzione, la distribuzione e la fruizione dell'immagine fotografica contemporanea.

Ma veniamo al misfatto: la foto pubblicata in prima pagina il 10 ottobre 2000 dal *manifesto*, manipolata elettronicamente, senza segnalare il fatto ai lettori. E naturalmente il commento apparso domenica 15 ottobre a firma Franco Carlini.

Per meglio introdurre e delimitare il contesto in cui ci stiamo muovendo, prendiamo a prestito un paio di pensieri da un volume di Fred Ritchin, ex Direttore della fotografia del *New York Times Magazine* e fondatore della sezione dedicata al fotogiornalismo all'International Center of Photography. "In Our Own image. The Coming Revolution in Photography" di Fred Ritchin è stato pubblicato nel 1991 e aggiornato successivamente ed è un buon punto di partenza per capire gli scenari futuri dell'immagine nei media. Questo il brano che ho scelto:

> Fino ad oggi il fotogiornalista è stato per lo più considerato come uno che fornisce un certo quantitativo di immagini al personale che lavora nella testata giornalistica il quale poi opererà una scelta. Del resto anche la contestualizzazione dell'immagine attraverso la didascalia e l'impaginazione è compiuta da altri. (...) Con un simile tipo di rapporto tra fotografi e redattori (...) la fotografia è usata come neutro materiale grezzo che ad altri spetterà plasmare. E' come dare ai redattori delle liste di frasi e lasciare che essi le mettano nell'ordine che preferiscono.

Fin qui Ritchin.

Aggiungiamo che il paragone con ciò che è avvenuto nel caso di cui ci stiamo occupando è ancor più impietoso e che la frase andrebbe riscritta così: "è come dare ai redattori delle frasi e lasciare che essi, dopo averle cambiate a piacimento, le mettano nell'ordine che preferiscono".

Siamo tutti consapevoli della non univocità della lettura di un'immagine fotografica, che per sua natura è un linguaggio che però non sottosta ad alcun codice ed è polisemica. Non ci culliamo quindi ingenuamente nell'idea che le immagini che i giornali pubblicano e che le televisioni trasmettono rappresentino "la realtà".

Ci sono tuttavia delle consuetudini, dei codici etici e delle assunzioni di responsabilità che vanno presi in esame qualora ci si inoltri nello specifico settore dell'informazione visiva in campo giornalistico, con particolare riferimento alla cronaca.

In tutti i paesi occidentali, la fotografia in ambito giornalistico gode di un indiscusso statuto di veridicità che viene difeso strenuamente, nonostante sia accettato e riconosciuto che in ambiti diversi (pubblicità, arte, ecc.) tale statuto è stato da molto tempo messo in discussione se non totalmente superato, anche dai non addetti ai lavori.

Le principali testate giornalistiche del mondo hanno in proposito un codice, scritto o talvolta soltanto perpetuato dalla tradizione orale e dalla consuetudine, che prevede l'inviolabilità dell'immagine. L'agenzia *Associated Press* (che peraltro è proprio quella da cui è stata acquistata l'immagine pubblicata dal *manifesto*) ha, per fare un esempio, un codice etico scritto che assicura i suoi clienti (oltre 2.500 giornali di tutto il mondo) che le immagini fornite non sono state alterate in alcun modo, se non per migliorarne unicamente alcuni aspetti tecnici: contrasto, lu-

minosità, incisione. Il codice dell'*AP*, che riportiamo testualmente, dice: "The content of a photograph will never be changed or manipulated in any way" ("Il contenuto di una fotografia non sarà mai cambiato o manipolato in alcun modo"). *AP* estende anche ai propri clienti la condizione di non manipolare le immagini e si riserva il diritto di interrompere la fornitura di immagini alle testate che violino questa clausola contrattuale.

A proposito, *il manifesto* è stato diffidato da *AP* in occasione di questo penoso incidente di percorso? Sinceramente ne dubito: business is business.

Fuori dal nostro paese, l'attenzione dei media nei confronti di questo delicato aspetto dell'informazione è sempre stata elevata. Negli USA, per citare un fatto molto noto, ha fatto storia il caso delle Piramidi di Giza avvicinate con il computer per permettere l'impaginazione di una copertina del *National Geographic* nel lontano 1982. Bill Allen, vicedirettore del *Geographic*, ricorda che per molti anni dopo l'incidente è stato costretto a rispondere in pubblico alla impertinente e provocatoria domanda: "Avete smesso di spostare piramidi?". Il risultato netto di questo scivolone è che il *National* non ha mai più osato compromettere la propria credibilità "truccando" le immagini.

E in anni più recenti possiamo ricordare la carnagione di O.J. Simpson scurita artatamente sulla copertina di uno dei più letti newsmagazine americani, le foto della famiglia reale inglese con il volto del principe William ritoccato per correggere uno sguardo triste e "poco regale" e via dicendo. In occasione di ognuno di questi "casi giornalistici" sono seguite normalmente anche le scuse ai lettori da parte dei monelli colti in flagranza di reato, oltre a dibattiti accesi e pubbliche prese di posizione. Per citarne una, di Alan Sparrow, photo editor del britannico *The Guardian*: "Non ci sarà mai un buon motivo per ritoccare un'immagine di cronaca. Se si dovesse arrivare a farlo, nessuno crederà mai più ad un'immagine".

E qui torniamo alle osservazioni di Carlini, che parte da motivazioni tutt'altro che arbitrarie, anzi decisamente profonde: "l'epoca digitale (...) dovrebbe spingere chi legge le immagini ad assumere verso di esse un diverso atteggiamento mentale". Carlini auspica cioè che si possa arrivare a "mettere in dubbio la presunzione di verità" di ogni immagine e ad imparare "a leggerla e a diffidarne".

Questo è un nobile intento, e un approccio certamente maturo all'immagine, che dovrebbe e potrebbe essere messo in atto già con le immagini non manipolate, dato che non v'è niente di più discutibile, opinabile e soggettivo della trascrizione bidimensionale di un frammento spaziale e temporale di realtà che una persona a noi sconosciuta ci fa pervenire tramite un giornale. Ma è proprio per questo motivo, per avere la possibilità di vagliarla criticamente, che si vuole poter giudicare la trascrizione della realtà operata dal fotogiornalista che sul posto si trovava in quel momento. Si vuole poter esercitare la lettura e il giudizio critico su ciò che un testimone diretto ha da raccontarci, non sulle variazioni, più o meno lecite, più o meno estetizzanti, più o meno colte, più o meno gratuite, sicuramente meno ricche di informazione, che un giornalista o un grafico di passaggio hanno pensato di apportare stando seduti davanti al proprio computer a Roma, a Torino o a Milano.

Ecco perché, partendo dall'enunciazione di nobili intenzioni Carlini finisce (sono certo contro la sua stessa volontà) per giustificare pessime e pericolose pratiche, sostenendo che: "(...) la nuova versione della prima immagine può risultare migliore delle precedenti, magari perché è stata migliorata dall'intervento creativo di un videografico". Questa frase agghiacciante (ricordiamoci che stiamo parlando di foto di cronaca), che se pronunciata in qualsiasi altro momento sarebbe stata inaccettabile, suona particolarmente grave ora. Infatti è stata scritta a qualche giorno di distanza sul *Manifesto*, lo stesso giornale che ha commesso una grave mancanza giornalistica, non una veniale leggerezza, nei confronti dei lettori (e ovviamente del fotografo dell'*Associated Press*). Errore che la redazione ha ammesso, anche se dopo alcuni tentennamenti e balbettii iniziali, a testa bassa e senza riserve di fronte alla marea montante delle lettere indignate di lettori certo non sprovveduti ("Abbiamo sbagliato e basta", *il manifesto* del 12/10/2000). Questa di Carlini potrebbe suonare invece come la riabilitazione a posteriori di un atto indifendibile, in nome dei "nuovi codici" cui ci obbliga secondo Carlini "l'epoca digitale".

In ogni caso, stupisce e sembra antistorica la pretesa, anche se soltanto a livello di "aspirazione di principio" di un atteggiamento di scetticismo nei confronti dell'immagine fotografica in un paese, l'Italia, dove la cultura fotografica non è mai uscita da ambiti ristrettissimi e certamente non è

mai stata considerata dall'opinione pubblica, anche quella più sensibile ed informata, un ambito più di tanto meritevole di riflessione.

Carlini non si è però chiesto come mai una così avanzata ipotesi di risveglio collettivo da atteggiamenti acritici nei confronti delle immagini giornalistiche, come quella che sembra suggerire, non sia stata proposta e sperimentata in paesi di più antiche e consolidate tradizioni culturali in campo fotografico (come al solito: Francia, Stati Uniti, Gran Bretagna e Germania). Il motivo è che la manomissione dell'immagine fotogiornalistica è, nei paesi citati e in altri, un vero e proprio tabù. E proprio questo suo status di inviolabilità intrinseca e non negoziabile ha preservato intatta, nel corso degli anni, la credibilità dell'informazione visiva in Francia e nei paesi anglosassoni, ma non solo.

Su una cosa non possiamo che dargli ragione e la nostra incondizionata adesione: sulla necessità di aggiungere un tassello dedicato alla fotografia al "provvisorio elenco di temi culturali da approfondire e studiare in un ipotetico programma di alfabetizzazione alle nuove culture digitali e multimediali". Aggiungendo che tale programma sarebbe stato necessario anche molto prima dell'avvento dei pixel e del web.

Post Scriptum: l'autore della foto manipolata è una persona in carne ed ossa, che risponde al nome di Jerome Delay e lavora per l'agenzia AP.

Foto s/montaggio

Nel fotomontaggio – non dichiarato – apparso su *Sette,* magazine del *Corriere della Sera*, nel numero del 16 aprile 1998, molti elementi sono ripetuti più volte, alcuni ragazzi sono stati clonati, l'asfalto è stato creato dal nulla, il muro che fa da sfondo (illuminato da una fonte di luce con direzione opposta rispetto ai manifestanti) è stato preso da un'altra immagine o addirittura costruito ex novo. L'articolo che accompagna il fotomontaggio prende spunto dall'attualità di quei giorni di primavera del 1998, le manifestazioni degli squatter di Torino, per presentare un libro e un video della *ShaKe Edizioni Underground*, una delle voci che a quella realtà di movimento fanno riferimento. Il giornalista suggerisce di trovare un dialogo con i giovani dei centri sociali cominciando a capire il loro linguaggio e a conoscere le loro idee.

Di tono diverso è la didascalia del fotomontaggio, che fa diretto riferimento alla manifestazione del 4 aprile 1998 e riassume gli avvenimenti di quei giorni.

Sette 16/04/1998

Ma non dice nulla della manipolazione delle immagini. Oltre al fotomontaggio, completa l'illustrazione dell'articolo un'immagine semitrasparente, desaturata, di poliziotti schierati col casco, posta dietro il titolo "Squatter".

Il tentativo, anche in altre parti dello stesso giornale, è probabilmente quello di fornire al lettore immagini simboliche (non propriamente fotografie) che lo catturino, e che sintetizzino gli avvenimenti. La logica seguita è quella di suscitare emozioni attraverso le immagini, più che fornire informazioni ai lettori.

In quell'occasione avevamo inviato al direttore di *Sette*, a firma dell'associazione Fotografia & Informazione, questa lettera:

Gent.mo Direttore,

l'associazione Fotografia & Informazione ha attivato un Osservatorio permanente per il monitoraggio dell'utilizzo della fotografia sulla stampa, italiana ed estera. Certi che la scarsa considerazione di cui gode la fotografia su

quotidiani e periodici è conseguenza diretta della incerta o modesta cultura fotografica nel nostro paese, intendiamo con questa iniziativa richiamare l'attenzione sui più frequenti abusi e stravolgimenti dell'immagine che trovano spesso posto nella pratica giornalistica corrente.

A tale proposito, ci permettiamo di segnalarLe che alle pagg. 8–9 di *Sette* del 16/04/98, nell'ambito del servizio dal titolo "Squatter" sono stati riscontrati degli usi impropri di un' immagine fotografica:

- la fotografia è palesemente costruita,
- la fotografia è stata manipolata elettronicamente senza che questo fatto e la sua motivazione siano evidenziati adeguatamente,
- la fotografia non riporta il nome del suo autore,
- la didascalia è impropria in quanto lascia credere al lettore che si tratti di una scena autentica ripresa durante la manifestazione del 4 aprile 98, e non evidenzia il fatto che si tratta invece di più immagini manipolate al computer e montate assieme a formare un collage.

Poiché la qualità dell'informazione fotografica dipende molto, oltre che da chi la produce (vale a dire dai fotografi) anche da chi ne fa uso sui media, auspichiamo una crescita di consapevolezza di tutti al fine di fornire ai lettori un'informazione corretta anche sotto il profilo visivo.

Fin qui la lettera inviata al direttore di *Sette*.

A proposito delle manipolazioni delle immagini effettuate con il computer mi è stata segnalata questa opinione, che condivido, sottolineando come essa è stata scritta quattordici anni fa. "Effetti speciali e informazione", di Laurent Joffrin, *Liberation*, in *Internazionale* 10 luglio 1998.

Tutti i prodotti che riguardano in linea di principio il "truth business", ovvero il commercio della verità, possono essere sistemati, migliorati, modificati, falsificati dal potere soccorrevole dell'informatica. Certo si può inventare un codice, imporre delle etichette su tutti gli "oggetti non identificati" dell'informazione moderna, avvertire il lettore o lo spettatore se hanno davanti del vero o del ricostruito. Ma questo potrebbe non bastare. (...) Così, nonostante tutte le precauzioni, il progresso indiscutibile dell'immagine digitale rischia di contribuire, involontariamente, per semplice effetto di

accumulazione, alla delegittimazione dell'informazione (…) I giornali vero–falsi distraggono. Hanno l'inconveniente di introdurre una nuova categoria: il giornalista vero–falso, che distilla notizie vero–false. Se, per mancanza di attenzione, questa evoluzione dovesse imporsi, questo avanzamento tecnico affascinante finirebbe per farci fare un passo indietro.

Fotografia di copertina frutto di collage mistificanti, a scopo illustrativo

Le copertine dei magazine

Le copertine di una rivista sono per loro natura, come ho già sottolineato in altre parti di questo volume, in perenne bilico tra informazione e pubblicità: devono convincere a comprare quella strana merce che è l'informazione. L'affollamento di riviste, giornali, gadget nelle edicole rende questo compito ancora più difficile. Quindi non ci stupisce più di tanto che le copertine possano talvolta essere montaggi di immagini diverse o fotografie che vengono "migliorate" nella forma o "esasperate" nei significati. Questi interventi sono normalmente resi evidenti nello stesso fotomontaggio, il quale viene così ad assumere un valore simbolico senza correre il rischio di essere scambiato per una fotografia e dunque un documento e una testimonianza di situazioni viste e realmente esistite.

Time 11/06/2007

La serietà della testata sta però nel comportamento trasparente della redazione che in uno spazio apposito ci dovrebbe svelare eventuali tecniche fotografiche non ortodosse: come fa il *Time*, ad esempio, nel numero

dell'11 giugno 2007 dedicato al petrolio nel continente africano.

La didascalia che troviamo nella pagina seguente alla copertina ci informa infatti che la foto del camino da cui fuoriesce il fuoco rosso è di Bill Brooks, la fiamma con la forma del continente africano è del fotografo Frank Whitney, mentre la foto–illustrazione dell'insieme è di Dennis Wong. Si noti che la chiamano proprio così, "photo–illustration", in quanto non può essere definita "fotografia" nei termini giudicati ammissibili in ambito giornalistico.

L'Espresso 11 05 06

Prendiamo ora invece la copertina dell'Espresso dell'11 maggio 2006. Un osservatore poco esperto può prenderla per autentica, mentre si tratta di due distinte fotografie: una di soldati ripresi poco prima della partenza per l'Iraq e l'altra di un bambino iracheno fotografato nelle strade del suo paese. Dunque due realtà temporalmente e spazialmente assai diverse unite in un ircocervo più adatto alle sperimentazioni artistiche che alla pagine o alle copertine di uno dei più diffusi settimanali di informazione italiani.

Ci voleva poi tanto ad attribuire ai loro rispettivi autori le due immagini (in questo caso, tra l'altro, l'autore è lo stesso, ma non è né l'ideatore, né l'esecutore del discutibile "sandwich") e poi spiegare in una didascalia collocata bene in evidenza che quella copertina era un fotomontaggio?

L'escamotage usato, invece, e cioè l'ambigua scritta "In copertina Foto di D. Fracchia", è furbescamente giocato sul fatto che la parola "foto" in italiano è uguale al singolare e al plurale.

Patetici mezzucci all'italiana.

Ci si potrà chiedere: che cosa spinge una redazione a ricorrere a queste tecniche di raggiro? Ci sarà un'associazione di consumatori che si deciderà, prima o poi, a difendere i cittadini oltre che dalle etichette contraffatte e dalle merci avariate, anche dai prodotti giornalistici e informativi adulterati? Forse che consultare o fruire di informazioni alterate e trarne conclusioni sui fatti del mondo è meno pericoloso che mangiare uno yogurt scaduto?

Che dire, infine, di fronte ad immagini come quella copertina, sempre dell'*Espresso,* che "mette in scena" un governatore della Banca d'Italia che, armato di motosega alla guisa di un serial killer, fissa con sguardo compiaciuto il lettore mentre il titolo a scatola perentorio afferma "Tagliare si può"?

L'Espresso 17/05/2007

A partire dallo stile inaugurato da Leo Longanesi in *Omnibus*, questo è stato uno dei generi di utilizzo delle immagini sulla stampa italiana preferiti dai giornalisti nostrani: uno stile fatto di allusioni, di richiami allegorici e simbolici.

Proprio il contrario del fotogiornalismo.

2.7 Violazione del diritto alla privacy

Manette Cristiane

La legge n° 675/96, nota come Legge sulla Privacy, sostituita dal decreto legislativo 196/2003, Codice in materia di dati personali, ha fissato, tra le altre cose, anche le norme che i giornalisti devono seguire nel trattamento dei dati personali. Queste norme, contenute nel "Codice deontologico relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica", entrate in vigore il 18 agosto 1998, riguardano naturalmente anche le immagini di persone, in particolare quelle in stato di detenzione.

ART. 8 - Tutela della dignità della persona

Salva l'essenzialità dell'informazione, il giornalista non fornisce notizie o pubblica immagini o fotografie di soggetti coinvolti in fatti di cronaca lesive della dignità della persona, né si sofferma su dettagli di violenza, a meno che ravvisi la rilevanza sociale della notizia o dell'immagine.
Salvo rilevanti motivi di interesse pubblico o comprovati fini di giustizia e di polizia, il giornalista non riprende né produce immagini e foto di persone in stato di detenzione senza il consenso dell'interessato.
Le persone non possono essere presentate con ferri o manette ai polsi, salvo che ciò sia necessario per segnalare abusi.

Nella foto: due immigrati con precedenti penali fermati dalla Polizia a Genova.

Famiglia Cristiana
30/09/2001

Quando nel settembre 2001 la foto qui riprodotta è apparsa sul settimanale *Famiglia Cristiana*, è sorta spontanea, tra i miei colleghi dell'informazione visiva, una severa critica nei confronti della redazione di *Famiglia*

Cristiana: chi con toni sarcastici, chi con rassegnazione, chi con aperto disappunto, tutti hanno condannato l'operato dei colleghi photo editor, grafici, art director, redattori, caporedattori, direttore.

E' al limite della presa in giro l'interpretazione furbesca degli articoli di legge sopra citati nel senso di permettere che le persone ammanettate possano essere riconosciute lasciando i loro volti scoperti, salvo poi apporre le cosiddette "pecette" bianche sopra i polsi in modo che non si vedano le manette. E' evidente che non è questo lo spirito della legge, che invece cerca di non ledere la dignità delle persone, fossero anche accusate o sospettate di delitti efferati, evitando di mostrarle con le manette al polsi.

Da un punto di vista strettamente letterale è pur vero che si può sostenere che il settimanale non ha mostrato queste persone con le manette ai polsi. Da un punto di vista sostanziale, però, e non attraverso i bizantinismi di una interpretazione maliziosa della legge, quel divieto è stato invece aggirato e non rispettato proprio nello spirito profondo di rispetto della persona.

C'è, a questo punto, lo sdegno per la mancanza di considerazione per le persone e sorge spontaneo il pensiero: se gli arrestati fossero stati italiani, probabilmente ci sarebbe stata maggiore attenzione, se non altro per il timore delle possibili azioni legali che giustamente avrebbero potuto intentare le persone esposte al pubblico disprezzo. La mancanza di rispetto, in questo caso, è anche nei confronti della professione giornalistica, che viene presentata come una categoria dedita allo sfruttamento del voyerismo, con l'aggravante della morbosità di matrice lombrosiana (voglio farti vedere che brutta faccia hanno i criminali!).

Infine la mancanza di rispetto è per lo spirito della legge che è stata emanata con l'intento di tutelare anche e soprattutto i soggetti deboli, evitando loro la gogna dalla quale non si possono difendere.

In casi come questi, una segnalazione all'organo disciplinare dell'Ordine dei Giornalisti è d'obbligo.

Quando i pixel sostituiscono le manette

Ritorniamo su un argomento che ha a che fare con il buon senso e l'onestà intellettuale, prima ancora che con il rispetto della deontologia professionale. Com'è arcinoto, una precisa norma (vedi l'articolo prece-

dente) vieta la pubblicazione di fotografie che ritraggano "persone con ferri o manette ai polsi". La violazione di tale norma è all'origine di varie sanzioni, anche recenti, che l'Ordine dei Giornalisti ha comminato a numerosi direttori di giornali (Paolo Mieli, del *Corriere della Sera*, Maurizio Belpietro, del *Giornale* e Pierluigi Fadda, del *Giorno*).

La Repubblica 12/10/2006 (qui sopra il particolare delle manette pixelate)

Con una "trovata" che sta a metà tra il grottesco, il perverso e il furbesco, ma che è grave per le sue conseguenze nei confronti della persona ritratta e per il mancato rispetto della sua dignità, anche *La Repubblica*, alle pagine 16 e 17 della sua edizione nazionale del 12 ottobre 2006, ha pubblicato con grande evidenza, a cavallo tra due pagine, una immagine in cui, accompagnato da due poliziotti in borghese, appare un calciatore francese arrestato con l'accusa di aver violentato una ragazza. La "trovata" consiste, per l'appunto, nel nascondere non tanto il volto dell'arrestato, al fine di renderlo non riconoscibile, quanto le manette, abilmente camuffate con una pixellatura che non le fa vedere. Per modo di dire.

Ignari dell'illecito commesso, o forse fieri della brillante soluzione escogitata, i giornalisti di *Repubblica* hanno riutilizzato la medesima fotografia, con analogo trattamento digitale, anche il giorno successivo, 13 ottobre, a pagina 36.

L'ordine dei Giornalisti del Lazio, sotto la cui giurisdizione cade il direttore della testata, Ezio Mauro, sarà altrettanto pronto ed inflessibile nel sanzionare questo abuso quanto lo è stato l'Ordine lombardo?

E, a volerla dire tutta, il solerte collega (sconosciuto in quanto, come sempre, la foto non è firmata) che ha scattato e fornito al giornale o all'a-

genzia la fotografia nella sua versione integrale, è al corrente delle norme che regolano il suo lavoro? E, nel caso non fosse un iscritto all'Ordine dei Giornalisti, è al corrente che tali norme si applicano anche ai soggetti non iscritti?

Quando la rappresentazione degli "altri" diventa problematica

Un articolo apparso a pag. XV di Repubblica (Cronaca di Bologna) il 26 aprile 2011 utilizza al suo interno una fotografia. L'articolo è di fatto la recensione di un romanzo i cui protagonisti sono immigrati di cui sono narrati i guai con la giustizia. L'articolo si intitola «Vite spericolate di stranieri, tra sesso, droga ed espedienti» e la didascalia accanto alla foto recita: «La vita fatta di espedienti di chi vive ai margini».

Vite spericolate di stranieri tra sesso, droga ed espedienti

Matrone torna in libreria con "Piazza dell'Unità

L'autore

Sopra Maurizio Matrone e, a sinistra, il suo libro. A fianco la vita fatta di espedienti di chi vive ai margini

La Repubblica (edizione di Bologna) 26/04/2011.
Didascalia: La vita fatta di espedienti di chi vive ai margini. Fotografia non firmata.

Nell'immagine si vede un gruppo di uomini seduti tranquillamente su una panchina in una via di un qualche centro urbano. Di alcuni di loro si vede il volto che ha tratti somatici africani e, di questi, due sorridono al fotografo. Sembrano tutti dignitosamente vestiti e nulla, ma proprio nulla, suggerisce le "vite spericolate di stranieri, tra sesso, droga ed espedienti" preannunciato dal titolo dell'articolo.

Se qui non ci fosse di mezzo la dignità violata e la reputazione messa a repentaglio di persone che vivono in Italia, saremmo di fronte alla solita, banale, prevedibile ripetizione del copione delle foto scelte distrattamente e decisamente poco adatte a venire pubblicate all'interno di un articolo che parla d'altro, come già ampiamente illustrato nei capitoli precedenti di questo volume.

Qui però c'è un salto di qualità e intervengono delle implicazioni ben più gravi: qui c'è la violazione dei principi basilari contenuti nella Carta dei doveri del giornalista, che recita testualmente:

> Il giornalista ha il dovere fondamentale di rispettare la persona, la sua dignità ed il suo diritto alla riservatezza e non discrimina mai nessuno per la sua razza, religione, sesso, condizioni fisiche o mentali, opinioni politiche (…) I titoli, i sommari, le fotografie e le didascalie non devono travisare, né forzare il contenuto degli articoli o delle notizie (...) non deve inoltre pubblicare immagini o fotografie (…) comunque lesive della dignità della persona.

Se le norme contenute nella Carta dei doveri non bastassero, proprio per esplicitare meglio le attenzioni che i media dovrebbero avere nei confronti dei migranti, è stata approvata nel 2008 dall'Ordine e dal sindacato dei giornalisti la Carta di Roma, che mira a tutelare i diritti dei richiedenti asilo, dei rifugiati, delle vittime della tratta e dei migranti nel trattamento delle informazioni che li riguardano, fotografie incluse.

(Una versione di questo commento molto più ampia e ricca di riferimenti, scritta da Monica Nardini, è consultabile sul sito www.fotoinfo.net.)

Nei Balcani, in cerca di firme

Nella maggior parte dei paesi civili (senza distinzione tra oriente e occidente, tra nord e sud del mondo) le fotografie sui giornali sono firmate con il nome del fotogiornalista seguito da quello dell'agenzia di stampa per cui lavora.

Sul sito di Fotografia & Informazione da anni viene denunciata, con scarsi risultati, la prassi della quasi totalità dei quotidiani italiani, con l'eccezione del *manifesto* e, negli ultimi tempi, del *Corriere della Sera*, di non riportare accanto alle fotografie i nomi dei loro autori. A dimostrazione di cosa si intende quando si parla di "paesi civili", voglio qui fornirvi la prova tangibile di come i quotidiani sono abituati a trattare i crediti fotografici in una parte del mondo tanto vicina a noi geograficamente, quanto travagliata nella sua storia recente: i Balcani.

Милорад Додик посјетио дјевојчице обољеле од лафорине болести

Glas Srpske, 9 e 10 luglio 2011, pag. 19. Fotografia firmata.

In un recente viaggio effettuato nell'estate 2011 tra Slovenia, Croazia, Bosnia–Erzegovina, Kosovo e Repubblica Serba ho raccolto alcuni quotidiani, alla rinfusa e senza alcuna pretesa esaustiva, per verificare proprio la presenza (o meno) dell'attribuzione delle foto al loro autore, al di là di stili grafici, impaginazioni e utilizzo delle fotografie tra i più vari. Ebbene, ho effettivamente verificato che, senza eccezioni, nella totalità dei giornali

quotidiani di quei paesi la stragrande maggioranza delle foto in essi contenuti è firmata con il nome dell'autore.

Dai più noti giornali sloveni come *Delo* o *Dnevnik* – curati e attenti all'uso delle fotografie – ai meno noti *Poslovni dnevnik* della Croazia, *Zeri* del Kosovo, o, infine, *Glas Srpske*, della Repubblica Serba di Bosnia–Erzegovina, di cui abbiamo fornito qui un piccolo ma significativo campione.

Non nominiamo nemmeno i numerosi giornali di paesi dell'area di influenza ex–sovietica, dall'Ungheria alla Repubblica Ceca, dalla Polonia alla Romania e dalla Bulgaria alla Slovacchia i cui quotidiani, al pari di quelli dei paesi appena citati, giornalmente firmano le fotografie che pubblicano con i nomi dei giornalisti visivi che li hanno prodotti e delle agenzie per cui lavorano.

Paesi civili, appunto, molto più del nostro.

Riprendo qui un brano, che tratta dello stesso argomento, dall'articolo di Laura Leonelli pubblicato sul *Sole 24 ORE* lo scorso 1° febbraio 2012.

> I lettori del quotidiano *El Universal*, una delle principali testate colombiane, lo sanno. I lettori dei quotidiani italiani no. In Colombia, in Inghilterra, in Danimarca, negli Stati Uniti, in Canada, negli Emirati Arabi, e così in Spagna e in Svizzera, i lettori dei più autorevoli quotidiani sanno chi ha scattato le straordinarie immagini del naufragio della Costa Concordia. I lettori italiani, trasversalmente, non lo sanno, perché è abitudine tutta italica, inaffondabile e aliena alla correttezza professionale, quella di omettere nome e cognome dei fotografi che ogni giorno, da ogni fronte di cronaca nazionale e internazionale, contribuiscono alla nostra informazione. (…) Gli articoli sono stati tutti firmati. Le fotografie, evocative e ricche d'informazioni, no. Come sempre per capire un'ingiustizia, non c'è che provarla. E se per un giorno giornalisti, inviati, direttori si vedessero pubblicati i loro pezzi senza firma? Se per un giorno le pagine dei quotidiani fossero non un incontro di idee, autorevoli perché firmate e quindi riconoscibili, ma solo una distesa di caratteri anonimi e per questo senza peso e responsabilità? Irritante, non è vero?"

Fotografie violate nella loro integrità

Sulla rivista Focus di qualche anno fa è apparsa una fotografia del famoso fotografo Gianni Berengo Gardin dal titolo "Lido di Venezia, 1958", una delle sue più famose, stampata però dopo averla invertita specularmente destra/sinistra. Il risultato, per chi conosca e ami quell'immagine nella sua versione originale è decisamente sconcertante ed è avvilente che in una redazione si decida, per puri motivi di opportunità grafica, di intervenire in maniera così invasiva e mutilante ai danni di un'opera dell'ingegno e della creatività che è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.

Lido di Venezia, 1958. Fotografia di Gianni Berengo Gardin

Il motivo contingente che ha spinto i grafici di quella rivista ad operare il ribaltamento speculare è certamente stato il principio per cui se la fotografia è stampata a ridosso del bordo esterno della pagina, le persone in essa raffigurate è consigliabile che siano rivolte con lo sguardo e con il corpo verso il centro della rivista. Ma a voi sembra plausibile che questa regoletta da istituto professionale per grafici sia una giustificazione sufficiente per violare, ribaltandola, la poeticissima coppia che, davanti ad un grammofono a tromba, sulla spiaggia del Lido di Venezia, danza con movenze semplici ma al tempo stesso eleganti richiamando altri tempi e altre atmosfere? Per evitare di offendere nuovamente l'autore con la pubblicazione del ritaglio del giornale, in questo caso particolare ho scelto eccezionalmente di evitare di mostrare lo scempio operato dalla rivista e di presentare solo la foto originale.

2.9 Perché tutto questo avviene?

Dopo aver speso fin qui tante energie per documentare come si sia formata la mia convinzione che i giornali italiani utilizzano malamente e impropriamente le immagini fotografiche, e augurandomi di essere stato convincente e di non aver annoiato il miei lettori, proverò qui di seguito a dare qualche risposta alla domanda posta all'inizio di questo capitolo: perché questo avviene?

La situazione dei giornali italiani è davvero peculiare. Nel corso degli ultimi trent'anni il numero delle immagini che essi ospitano e la visibilità che le fotografie hanno è cresciuta in maniera impressionante, con un'accelerazione ulteriore da quando nei principali quotidiani è stato introdotto il colore: timidamente nelle prime pagine – o poco più – a metà degli anni '90 e successivamente, in maniera decisiva, con il cosiddetto "full color" a partire dal 2004.

Giusto per fornire un ordine di grandezza, in un giorno medio, gli uffici grafici dei due principali quotidiani italiani, *Repubblica* e *Corriere*, impaginano più di duecento fotografie nelle settanta pagine che hanno a disposizione. Da questo conteggio sono escluse, in quanto non competenza della redazione, le immagini contenute nelle pagine pubblicitarie. Ma andrebbero invece conteggiati anche i contenuti non fotografici, comunque di natura iconografica, che la redazione utilizza, quali: grafici, tabelle, disegni, mappe eccetera. Per gestire questa mole di contenuti iconografici serve personale competente, specificamente formato, con certificata preparazione giornalistica.

Ciononostante, invece, per ragioni storiche, culturali ed economiche, all'interno dei giornali italiani non è mai nato un solo dipartimento fotografico, struttura che, in ogni parte del mondo, in qualsiasi redazione di giornale o periodico illustrato, conta numerosi addetti e soprattutto viene ritenuta strategica nell'organigramma di una testata giornalistica.

Tanto per fare un esempio lontano nello spazio e nel tempo e, certo, eclatante, il mensile *National Geographic* già nel 1964 poteva contare su:

- un direttore della fotografia
- un assistente direttore della fotografia

- sette picture editors
- un illustration editor
- cinque assistenti illustration editors
- un art editor
- un pictorial researcher
- cinque addetti alla cartografia

Anche al netto degli addetti alla cartografia, si contano comunque diciassette persone specializzate nel trattamento delle immagini per una rivista mensile di nemmeno 150 pagine. A questo piccolo esercito, ricordiamo, andrebbero aggiunti i numerosi fotografi che a quell'epoca lavoravano nella rivista come dipendenti.

Non si può certo dire altrettanto della situazione in una redazione italiana della stessa epoca. Tanto per fare un confronto, ecco come andavano le cose, più o meno negli stessi anni, nel "mitico" settimanale *Il Mondo* di Pannunzio, da molti (a torto) considerato come un buon esempio storico di utilizzo delle foto per fare informazione in un periodico.

> (...) i fotografi andavano con le loro buste dal direttore Mario Pannunzio e dal redattore capo Ennio Flaiano. Erano, nella redazione, quelli che si intendevano di fotografia: il primo, aveva da giovane dipinto con garbo e qualità, il secondo coltivava da sempre una passione per il segno più che per il disegno. (...) Spesso, una prima scelta era fatta dalla segretaria Bice Munao, una ragazza bruna e silenziosa al suo primo lavoro, subito diventata bravissima. (...) Era questa medesima segretaria che telefonava ai fotografi chiedendo "qualcosa", a volte con indicazioni più precise.

Se questa testimonianza di Giulia Massari tratta da "Le fotografie e i fotografi de *Il Mondo*" non bastasse, c'è anche quella di Enzo Forcella, noto giornalista scomparso diversi anni fa, che a *Il Mondo* ha lavorato per alcuni anni (da Gli anni de "*Il Mondo*"):

> (…) Le fotografie pubblicate non corrispondono quasi mai intieramente a quelle acquistate dalle agenzie o dagli autori. Mario Pannunzio ed Ennio Flaiano intervenivano con molta spregiudicatezza sugli originali. Per loro, come aveva insegnato Leo Longanesi in quella grande nave scuola che era stato Omnibus, la fotografia costituisce poco più che un materiale grezzo, è un "testo" che può essere tagliato e corretto in vista del prodotto che si vuole ottenere.

Questa eloquente comparazione, relativa a cinquant'anni fa, della situazione delle redazioni fotografiche all'interno dei giornali in Italia e negli Stati Uniti, mette in luce un atteggiamento culturale ben noto agli storici e studiosi di media: quanta importanza venisse data alla fotografia negli organi di informazione americani, ma anche inglesi e francesi, e quanto poco contasse questa modalità comunicativa nei giornali italiani.

Si aggiunga che quanto appena descritto potrebbe essere soltanto il ricordo di un passato lontano: nel frattempo infatti avrebbero potuto e dovuto intervenire, come in tante altri campi della cultura, importanti mutamenti. Ma, duole dirlo, la situazione è invece cambiata assai poco. Nei quotidiani italiani, e qui veniamo alla realtà dei nostri giorni e alle risposte che vorremmo dare al quesito iniziale, non esistono redazioni o dipartimenti fotografici, con relativo personale specializzato. Non ci sono cioè direttori della fotografia, photo editor, ricercatori iconografici né tanto meno fotografi di staff. Nei periodici qualcosa è cambiato: negli ultimi dieci–venti anni è divenuta sempre più capillare la presenza, all'interno delle redazioni dei periodici (non però dei quotidiani), di nuove figure professionali chiamate photo editor o redattori iconografici, preposte principalmente alla ricerca e alla selezione delle fotografie e, purtroppo sempre più raramente, alla scelta del fotogiornalista professionista più adatto a svolgere un determinato incarico su committenza. E tuttavia, questi addetti spesso non sono nemmeno dipendenti assunti con un contratto da giornalisti all'interno della testata per cui lavorano, ma prestano la loro opera, in molti casi, unicamente come consulenti esterni part time.

La principale conseguenza di questa loro precaria posizione contrattuale, al di là dei risvolti di tipo economico e previdenziale, è quella di non avere, se non molto raramente, una collocazione precisa nelle gerarchie della redazione, né una riconosciuta autonomia, e soprattutto di non godere, generalmente, di una indiscussa autorevolezza in fatto di immagini, del rispetto da parte degli altri giornalisti e dei vertici della testata: tutte condizioni, queste, necessarie per poter svolgere un lavoro di quel genere con la considerazione che merita e per poter prendere le importanti decisioni che spettano a chi contribuisce in maniera determinante alla coerenza e costanza nel tempo della linea visiva di un giornale attraverso la scelta strategica delle immagini che vi compaiono.

Un discorso a parte meriterebbe la questione della totale assenza dei fotogiornalisti dalle redazioni. Mi limiterò molto sinteticamente a ricordare che una legge del 1976 (il cosiddetto Decreto Bonifacio) riconobbe la valenza giornalistica del lavoro dei fotografi e dei grafici all'interno di un giornale, accogliendo in tal modo nell'Ordine dei giornalisti dette figure professionali. Questa norma determinò, sì, l'ingresso nelle redazioni di alcuni fotoreporter che avevano mosso azioni legali nei confronti dei giornali per i quali lavoravano da tempo, ma chiuse per sempre la strada a chiunque altro, da quel momento in avanti, ritenesse di poter avere accesso ai giornali facendo il lavoro del fotogiornalista.

Concludendo, la situazione della fotografia nei giornali (e nei siti internet degli stessi) italiani è bloccata da routine professionali profondamente anacronistiche e da mancanza di cultura visiva da parte sia degli editori sia purtoppo anche dei giornalisti "di penna".

3 Terza domanda:

cosa si dovrebbe e potrebbe fare affinché la situazione finora descritta cambi e possa finalmente accadere che le fotografie sui giornali acquistino anche in Italia quella dignità di informazione giornalistica autonoma e autorevole che meriterebbero?

Adesso, cari lettori che avete avuto la pazienza di seguirmi fino a qui, è arrivato il vostro momento. Magari voi vi aspettate a questo punto una serie di ricettine "facili e veloci", come si usa promettere oggi per vendere qualcosa. Consigli che indichino la strada da percorrere, le soluzioni da adottare, le scorciatoie da imboccare.

Eh no, cari miei! Adesso sta a voi decidere cosa fare. Stringi stringi, sono due le possibilità, io credo.

La prima

Se quello che vi ho raccontato fino ad ora vi ha aperto gli occhi, vi ha appassionato, vi ha convinto, vi ha fatto indignare, o via ha anche solo confermato cose che sapevate già, allora siete pronti per trovare le migliori strategie per pretendere dagli editori dei giornali italiani di fornirvi quotidianamente, settimanalmente, mensilmente informazione fotografica meno insulsa, meno stantia, meno truffaldina, meno gratuitamente violenta, meno razzista, meno di mediocre qualità, meno prevedibile e scontata.

Avete uno strumento potente che potete usare: scrivete sempre alle redazioni dei giornali quando non vi è piaciuta una foto che avete visto. Potete tranquillamente prendere spunto, se vi può aiutare e se vi sembra utile, dalle considerazioni e dalle argomentazioni che avete letto su questo libro. Potete copiare frasi intere, se vi sembra che proprio quelle parole possano convincere il direttore, l'art director, l'editore di quella testata a guardare dentro di sé e a decidere se quelle che ha pubblicato erano proprio le immagini più adatte. Tempestate di e-mail, di fax, di lettere tradizionali su carta, se occorre anche di telefonate, i direttori e anche i singoli giornalisti.

Di più: minacciate di non comperare più quel giornale se si ostinano a pubblicare immagini spazzatura.

Scrivetelo anche in rete, su Facebook, su Twitter, nei social network e nei blog che frequentate: create movimenti di opinione e gruppi di pressione. Segnalate le "perle fotogiornalistiche" che riuscite a scovare al sito www.fotoinfo.net. Dedicatevi anche ai giornali locali, che io ho purtroppo trascurato, ma che immagino siano contenitori di ogni tipo di nefandezze e porcherie visive. Questa è la battaglia che vi aspetta, difficile, molto impegnativa dal punto di vista del tempo che vi richiederà e dell'allenamento ad un nuovo sguardo a cui vi costringerà. Uno sguardo vigile, critico, consapevole, esigente, da persone, come siete tutti voi, che non si accontentano più della stessa broda visuale riscaldata che passa, da troppo tempo, il convento editoriale italiano.

E infine la mossa estrema, se quello che ho suggerito finora non funziona e non produce risultati: smettete di comperare una testata se le immagini che pubblica non vi piacciono e offendono la vostra intelligenza. E convincete anche gli altri a farlo.

E segnalate al direttore che siete stati costretti a prendere quella decisione come gesto estremo e non negoziabile di protesta. Voi non potete nemmeno immaginare quanto i direttori siano sensibili a questo genere di proteste.

La seconda

Se invece al termine di queste mie chiacchiere un po' da esagitato siete convinti che, sì, "sono cose interessanti, queste" ma "cosa vuoi che cambi se anche pubblicano foto migliori" e "quel che conta alla fin fine è ciò che scrivono, non le immagini" allora, cari amici, rilassatevi pure. Avete già tra le mani i migliori giornali del mondo. Continuate a leggerli e a sfogliarli. La probabilità che nulla cambi è molto alta, altissima. Dunque io continuerò ad abbaiare alla luna, voi vi godrete le vostre letture in santa pace.

Bibliografia minima (e molto soggettiva)

AA.VV. *Fotogiornalismo*, in Problemi dell'informazione 2/2003, Bologna, il Mulino 2003

Barthes, R., *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi 1974

Barthes, R., *La camera chiara*, Torino, Einaudi 1980

Barthes, R., *L'ovvio e l'ottuso*, Torino, Einaudi, 1985

Bourdieu, P., (a cura di), *La fotografia: usi e funzioni sociali di un'arte media*, Rimini, Guaraldi 2004 [1972]

Carlotti, A. (a cura di), *Usi e abusi dell'immagine fotografica*, Milano, I.S.U. Cattolica 2000

Colombo, C. (a cura di), *Lo sguardo critico. Cultura e fotografia in Italia 1943-1968*, Torino, Agorà Editrice 2003

Evans, H., *Pictures on a Page. Photo-journalism, Graphics and Picture editing*, London, Random House 1997 [1978]

Freeberg, D., *Il potere delle immagini. Il mondo delle figure: reazioni e emozioni del pubblico.* Torino, Einaudi 2009 [1989]

Freund, G., *Fotografia e società. Riflessione teorica ed esperienza pratica di una allieva di Adorno*. Torino, Einaudi 2007 [1974]

Lambert, F., *Mythographies. La photo de presse et ses légendes*, Paris, Edilig 1986

Lucas, U., Bizziccari, M., *L' informazione negata: il fotogiornalismo in Italia, 1945-1980,* Bari, Dedalo, 1981

Lucas, U., (a cura di), *Storia d'Italia. Annali 20. L'immagine fotografica 1945-2000*. Torino, Einaudi 2004

Lucas, U. *Il fotogiornalismo in Italia 1945-2005. Linee di tendenza e percorsi*. Torino, Fondazione italiana per la fotografia, 2005

Mignemi, A., *Lo sguardo e l'immagine. La fotografia come documento storico*. Torino, Bollati Boringhieri 2003

Morris, J. G., *Get the picture. Una storia molto personale del fotogiornalismo*. Roma, Contrasto 2011

Ritchin, F., *In our own image: the coming revolution in photography*, New York, Aperture 2006 [1990]

Smargiassi, M., *Un'autentica bugia. La fotografia, il vero, il falso.* Roma, Contrasto 2009

Sontag, S., *Sulla fotografia. Realtà ed immagine nella nostra società*, Torino, Einaudi 1976

Sontag, S., *Davanti al dolore degli altri*, Milano, Mondadori 2003

Sitografia minima (e molto soggettiva)

http://www.fotoinfo.net
http://smargiassi-michele.blogautore.repubblica.it/
http://www.puntodisvista.net/
http://sandroiovine.blogspot.com/
http://binitudini.blogspot.com/
http://www.photoeditors.it/blog/
http://www.leobrogioni.net/
http://opinionator.blogs.nytimes.com/category/errol-morris/
http://www.lensculture.com/webloglc/index.html
http://www.pixelpress.org/afterphotography/
http://lens.blogs.nytimes.com/
http://www.aphotoeditor.com/
http://www.dvafoto.com/
http://pdnpulse.com/
http://www.nocaptionneeded.com/
http://culturevisuelle.org/
http://www.david-campbell.org/

L'invito

di Paolo Gobbi

Padova, mercoledì, il quattordici marzo del duemilaedodici

Non so dove io abbia nascosto la tua fotografia.
Fosse saltata fuori sarebbe stato un guaio.

Eugenio Montale

Cari amici e simpatizzanti Samizdat,

Tra dagherrotipi e immagini digitali,
tra un ritratto color seppia, un'annebbiata silhouette e sfilacciata negli orli, e una scintillante figura immersa in mille cromatismi, nell'emergenza di una scelta definitiva senz'altra opzione, scelgo la prima. Ma ciò non dovrebbe sorprendere chi mi conosce e frequenta, visto che agli oggetti desueti dedico molte passioni e corro dietro da una vita alle più sbandate chincaglierie, e che *l'annegar* in cianfrusaglie e ninnoli *m'è dolce* assai. Tuttavia non di me s'era detto di parlare, ed ecco pre-

sto rientrare in alveo per annunciarvi l'uscita del prossimo Samizdat: **Un paese di fotoanalfabeti. Sull'uso della fotografia nell'informazione.** L'autore del libretto si chiama Marco Capovilla, e fa il fotografo, mi correggo, il fotogiornalista, ma anche insegna, a Padova e a Milano, il corretto e appropriato uso nei media dell'immagine fotografica. Ulteriori aspetti della sua biografia tutt'altro che scontata li leggerete nelle pagine che l'amico Sergio Durante gli ha dedicato; al di là di questo, l'intrigante fascino del Samizdat sta già tutto nel titolo: la piena consapevolezza di Marco, e la sua conseguente indignazione mista a rancore, circa l'uso impreciso, spesso scorretto e perfino sconveniente del linguaggio della fotografia nei giornali italiani. L'arte della fotografia, riconosciuta come tale anche da chi non la frequenta abitualmente, non ha mai ricevuto in Italia quella considerazione attenta che le ha permesso di elevarsi al di sopra di un uso scontato e, il più delle volte, mediocre. Troppo concentrati probabilmente nella decifrazione di un linguaggio giornalistico spesso cervellotico e fumoso, abbiamo forse colpevolmente trascurato di soffermarci sulle foto, ritenendole a torto delle inutili o tutt'al più marginali decorazioni artificiose o fronzoli laterali.

Foto e giornalismo sono dunque dei valori incompatibili? Immagini eloquenti, efficaci e persuasive sono inconciliabili con il nostro giornalismo? Ho l'impressione che per molti la fotografia debba raggiungere uno scopo immediato ed esclusivamente di tipo estetico: una bella fotografia! Se e come questa possa raccontare, testimoniare, denunciare tanto quanto e forse più di un pezzo giornalistico non sembra importarci granché, e se non oltrepassa quel livello estetico che abbiamo fissato, viene messa in disparte, e subito dimenticata. Marco proverà con

intraprendente determinazione a farci riflettere sul ritardo accumulato dal giornalismo italiano nei confronti di un uso molto più opportuno della fotografia, indicando le scelte necessarie per raggiungere questo risultato. Un traguardo non irraggiungibile, e comunque il solo che allontanerebbe il nostro Paese da una arretratezza culturale che, anche in questo campo, si dimostra vieppiù inaccettabile e sempre meno giustificabile.

A presto e con affetto Paolo

P. S.

Per trovar il luogo della scena, seguite queste indispensabili tracce: appuntamento a Padova domenica 25 marzo 2012 alle ore 17.30 presso l'agriturismo "La scacchiera", situato in via Rovetta 38, località San Gregorio, sulla strada per Camin. Tel. 049.761273.

CHI SONO *I NUOVI SAMIZDAT*

E' un gruppo nato quasi spontaneamente verso la fine del 1997.

Alcuni amici, abituati a incontrarsi tra osterie e trattorie per scambiare idee, chiacchiere, conoscenze ed esperienze di vita, hanno sentito ad un certo punto il bisogno di imperniare tali incontri attorno alla presentazione e discussione di un breve testo redatto da un amico e regalato a tutti i presenti in spirito d'amicizia. Proveniamo da diversissime esperienze di vita associativa, politica, professionale e culturale; che cosa abbiamo in comune? Con una parola forte e un po' fuori moda potremmo dire che a unirci è una sorta di spirito illuminista: è possibile comprendere la realtà (le contraddizioni, gli incanti e gli orrori), è anche possibile trasformarla.

La presentazione di questi libretti è anche e soprattutto l'occasione per scambiarci pensieri, storie, ipotesi, punti di vista, e ciò avviene sempre in una dimensione di dialogo e confronto. Se originale nel contenuto e nella forma (a giudizio di un Comitato di redazione alquanto informale), ogni scritto è ritenuto degno di pubblicazione.

La denominazione di "Nuovi Samizdat" si rifà al nome che veniva dato ai dattiloscritti proibiti che circolavano clandestinamente nell'ex URSS, ed è stata adottata perché i libretti, che la casa editrice (si fa per dire) pubblica, sono orgogliosamente semiclandestini e poveri (solo a livello tipografico), circolano di mano in mano e non hanno prezzo. I libretti vengono diffusi e discussi in incontri pressoché mensili nelle sedi meno costose, che vanno dai prati (quando il tempo lo consente) alle sale di trattorie od osterie giudicate stuzzicanti mete culturali e gastronomiche o in sale pubbliche o private ottenute da compiacenti amici che amano una cultura fatta anche di relazioni umane.

I NUOVI SAMIZDAT

questo è il gatto con gli stivali, questa è la pace di Barcellona
fra Carlo V e Clemente VII, è la locomotiva, è il pesco
fiorito, è il cavalluccio marino: ma se volti il foglio, Alessandro
ci vedi il denaro:
questi sono i satelliti di Giove, questa è l'autostrada
del Sole, è la lavagna quadrettata, è il primo volume dei Poetae
Latini Aevi Carolini, sono le scarpe, sono le bugie, è la Scuola di Atene, è il burro,
è una cartolina che mi è arrivata oggi dalla Finlandia, è il muscolo massetere,
è il parto: ma se volti il foglio, Alessandro, ci vedi
il denaro:
e questo è il denaro,
e questi sono i generali con le loro mitragliatrici, e sono i cimiteri
con le loro tombe, e sono le casse di risparmio con le loro cassette
di sicurezza, e sono i libri di storia con le loro storie:
ma se volti il foglio, Alessandro, non ci vedi niente:

Purgatorio de l'Inferno, 10, Edoardo Sanguineti (1964)

Marzo 2012

Numero 0 - ERIC HOBSBAWM, Uno sguardo a volo d'uccello sul Secolo Breve.

1. FERDINANDO PERISSINOTTO, Frammentazione delle esperienze ed esperienza della modernità.
2. VITTORIO DUSE, La visita (con un ricordo dell'autore).
3. PAOLO GOBBI, Alla Gran Tua Gola – Viaggio sentimentale fra le trattorie del Veneto.
4. GIOVANNI COMISSO, Osteria di pescatori (con una nota di Paolo Gobbi).
5. STEFANO BRUGNOLO, PAOLO GOBBI, SERGIO VENTURA, Cartolina d'auguri per l'anno che viene (Racconti).
6. PAOLO GOBBI, STEFANO BRUGNOLO, ALDO PETTENELLA, Di pensier in pensier di monte in monte (Antologia di testi letterari dedicati ai Colli Euganei con tre suggerimenti di lettura itinerante).
7. GAETANO ZAMPIERI, Il firmamento di Ulisse.
8. ERNESTO MARCHESE, Pan e altro.
9. AUTORI VARI, Alla ricerca dell'identità perduta di Pietro Ritti.
10. LORENA FAVARETTO, Sesso e potere nel Rinascimento pavano.
11. STEFANO BRUGNOLO, Un ultimo ululato prima che il secolo finisca.
12. PIERGIORGIO ODDIFREDDI, GIOVANNI LEVI, Materiali per l'incontro su "Scienza e fede: un dialogo (im)possibile?"
13. STEFANO BRUGNOLO, Orazione in lode e onore dello scrittore e bon vivant Paolo Gobbi.
14. CESARE PELI, Tigre bianca e altro.
15. ALDO PETTENELLA, Il luogo del delitto (Gli Euganei del Sei-Settecento attraverso i processi criminali).
16. GIANGIORGIO PASQUALOTTO, L'uomo contemporaneo – con interventi di Ferdinando Perissinotto e Fernando Casarotti.
17. AUTORI VARI, Un mese di botte e risposte sull'identità s-perduta della sinistra.
18. MANUELA TIRELLI, Un tram chiamato… psicoterapia di gruppo.
19. CESARE LOVERRE, Al muro – Le fucilazioni del generale Andrea Graziani nel novembre 1917. Cronache di una giustizia esemplare a Padova e Noventa Padovana.
20. JORGE LEWOWICZ, Acerca del Caos.
21. GIUSEPPE VANZELLA, Vite svitate – Storie di trevigiani minori.
22. CARLO PAGANOTTO, Politica, Televisione, Nuovi media – Qualche riflessione.
23. PAOLO PERINI, Piccolo dizionario eti-mitologico dei fiori di montagna.
24. ETTORE BOLISANI, Il buio oltre internet. Come (soprav)viveremo nella grande rete.
25. GABRIELE RIGHETTO, Il sentiero.
26. YASHIMA FUJITA HISAO, Il senso del tempo.
27. LUIGI MAGAROTTO, Il rituale della tavola georgiana (lettera a Stefano Brugnolo).
28. MARCO MAFFEI, L'imprenditore, l'acquedotto, la città.
29. FERDINANDO PERISSINOTTO, Macchine da guerra – Appunti per una fenomenologia delle guerre postmoderne
30. GIORGIO HAVIS MARCHETTO, Seguendo Teppa – Un itinerario sulle orme dei partigiani in Val Posina
31. STEFANIA MASIERO, La rappresentazione nostalgica nella Pavane pour une infante defunte di Ravel

32. GIOVANNI PALOMBARINI, Dialogo intervista di Sonia Bello a Giovanni Palombarini
33. ANTONIO DRAGHI, La ze 'na parola – Piccolo glossario veneto dell'arte del costruire con alcune digressioni.
34. ALBERTO TREVISAN, Le sorgenti della pace.
35. GIORGIO HAVIS MARCHETTO, Seguendo Carnera – Un itinerario sulle orme dei partigiani a Piana di Valdagno.
36. MARIO DELLA MEA, Mendelssohn: da bambino prodigio a protagonista nel mondo musicale romantico.
37. GIORGIO ROVERATO, Sviluppo e crisi del cosiddetto modello veneto: intervista di Renzo Miozzo ad un "negazionista".
38. MARIO DE PAOLI, Il sovvertimento del moto dei pianeti e la pazzia del cavaliere errante: un caso di 'isomorfismo'.
39. RENATO RIZZO, Graffiti padovani – sullo scenario di una città di cinquant'anni fa e di oggi, con personaggi in politica, in tonaca, in affari e altro ancora.
40. LUCIA BARBATO, Guida a Villa Breda - Vincenzo Stefano Breda e la sua villa di Ponte di Brenta. Presentazione di Stefano Brugnolo
41. FABRIZIO DE ROSSO, Diario dal braccio
42. ALBERTO CESARE LOVERRE, Il mito del caduto e il sacrario del Grappa
43. PIERVINCENZO MENGALDO, Il passato e il presente (conversazione a cura di Stefano Brugnolo)
44. MAURIZIO ANGELINI, Vecchi compagni e nuovi migranti - interviste a Cadoneghe.
45. MONICA CESARI SARTORI, Venezia in tecia
46. AUTORI VARI, I Samizdat in cucina
47. MARIO SABBATINI, Cuba resta un'eccezione – con un ricordo di Emilio Franzina – Presentazione di Carlo Paganotto e Paolo Gobbi.
48. STEFANO BRUGNOLO, Malo come forma di vita tra passato e futuro – con una prefazione di Emanuele Zinato.
49. LORENZO CAPOVILLA, Il Massacro del Grappa (settembre 1944)
50. FEDERICO COLLESEI, Diario cinese (un anno di scuola italiana).
51. CARLO PAGANOTTO, Le radici e le ali – con una prefazione di Ferdinando Perissinotto.
52. ANDREA ZAMBOTTO, Sándor Márai. Dall'oblio alla scoperta di un grande scrittore.
53. SERGIO DURANTE, Il caso Battisti.
54. GUIDO GALESSO, A regola d'arte, fra realtà e possibilità. – con una prefazione di Manuela Tirelli
55. ANTONIO DRAGHI, Per modo di dire – breviario di parole ab-usate e modi di dire insensati – con commento dell'autore
56. FRANCESCO ORLANDO, Sui limiti del biografismo e dell'ideologismo nella critica letteraria. Due inediti - Prefazione di Emanuele Zinato
57. **MARCO CAPOVILLA, Un paese di fotoanalfabeti. Sull'uso della fotografia nell'informazione.**

Stampato presso
COPISTERIA
"Centro Copie San Francesco "
Via san Francesco 140 - PADOVA
e-mail: copisteria.sanfrancesco@gmail.com
www.centrocopiesanfrancesco.it

Questo libro si pone tre domande, alle quali prova anche a fornire qualche risposta:

1 – Servono le fotografie sui giornali? E se servono, a cosa e a chi servono?

2 – E' vero che sui giornali italiani le fotografie, e le immagini in generale, vengono utilizzate malamente? E se ciò davvero avviene, quali ne sono le cause?

3 – Cosa si dovrebbe e potrebbe fare affinché questa situazione cambi e possa accadere che le fotografie sui giornali acquistino anche in Italia quella dignità di informazione giornalistica autonoma e autorevole che meriterebbero? Possiamo fare attivamente qualcosa anche noi lettori e cittadini?

creative commons BY NC ND Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate