

## Sintesi del convegno del 27 maggio 1995 dal titolo "La foto sul giornale"

I fatti in breve: due associazioni culturali coinvolte nell'organizzazione (**Fotografia & Informazione** e **Associazione Enzo Nocera**); un'intera giornata di dibattito al Circolo della Stampa di Milano; il Salone Napoleonico gremito di fotoreporter, photo editor, grafici, art director, giornalisti, critici, rappresentanti di agenzie; venticinque interventi di altrettanti oratori invitati e, infine, gli atti del convegno: la trascrizione delle registrazioni audio raccolte in centocinquanta cartelle.

(disponibile all'indirizzo web [www.fotoinfo.net/download/atti\\_convegno\\_1995.pdf](http://www.fotoinfo.net/download/atti_convegno_1995.pdf))

Nel '95 l'era della fotografia digitale era agli inizi, per molti era una tecnologia impenetrabile, si sentivano commenti scettici oppure anche visionarie fughe in avanti. Parallelamente, non era ancora iniziato l'inarrestabile processo di concentrazione delle agenzie fotografiche, che vede oggi Getty e Corbis protagonisti a livello planetario di una rivoluzione ancora pienamente in corso. C'erano molte piccole agenzie, nazionali e internazionali.

Dieci anni dopo, marzo 2005, due associazioni (questa volta **Fotografia & Informazione** e **GRIN – Gruppo Nazionale dei Redattori Iconografici**) tornano sull'argomento, cercando di analizzare i cambiamenti avvenuti nel frattempo, di fare il punto della situazione, di prevedere i possibili scenari futuri. Si è voluto scongiurare il pericolo di "iniziare ogni volta da zero". Per ottenere questo scopo, una sintesi dei temi rilevanti affrontati nel corso della giornata di lavori di dieci anni fa può fornire lo spunto per ulteriori approfondimenti e riflessioni, ma può servire anche per misurare la distanza che ci separa da allora. Trattandosi di temi che spesso sono stati lanciati e poi sono stati ripresi nel corso di più interventi, la sintesi che proponiamo cercherà di offrire una panoramica delle varie posizioni registrate, al di là degli autori degli interventi, i cui nomi non sono stati qui riportati. Per questo motivo abbiamo individuato dei "filoni" di ragionamento, non sempre rigorosamente delimitati, da interpretare quindi *cum grano salis*. Infine, perfettamente consapevoli dei rischi insiti in una sintesi così brutale, chiediamo la comprensione da parte di tutti per eventuali semplificazioni un po' troppo sommarie, e invitiamo alla lettura degli atti sopra menzionati tutti coloro che desiderassero una maggiore completezza.

oooooooooooooooooooooooooooo

### **Fotogiornalismo tra arte e informazione**

Le confusioni e i fraintendimenti nascono da questa, sempre presente e mai risolta, contraddizione: da un lato, la posizione di molti fotografi, che vedono il proprio lavoro come una forma di espressione artistica e, dall'altro, la funzione intrinsecamente informativo-giornalistica delle immagini collocate sulle pagine dei giornali. D'altra parte, anche all'interno dei giornali – tra giornalisti e grafici - non sempre c'è chiarezza sul ruolo che le immagini fotografiche devono (o dovrebbero) svolgere. I giornali dovrebbero essere fatti da giornalisti, sia per quanto riguarda i testi sia per quanto riguarda le foto. L' "artisticità" delle immagini dovrebbe essere un di più che ci si concede quando possibile. La figura del fotoreporter è stata troppo mitizzata e rivestita di un'aura di romanticismo "*bohémienne*", ma di fatto il mercato, selvaggio e privo di regole, ne svilisce e impoverisce il lavoro.

### **Fotogiornalismo, linguaggi e scelte giornalistiche**

Non è facile dare una definizione omnicomprensiva di fotogiornalismo: si va dal reportage documentario di ampio respiro alle foto singole di eventi e di news passando per quell'ampia fascia di fotografie un po' costruite e pilotate che si trovano nel ritratto e nella fotografia di viaggio e di costume. Le fotografie nei giornali italiani sono spesso troppo accomodanti, poco di denuncia, partigiane, selezionate in base a criteri di spettacolarità, inusualità, immediatezza, valore simbolico e spesso prive di valore informativo. I ritratti sono quasi sempre troppo indulgenti, fatti più per gratificare la persona ritratta che non per fornire informazione al lettore. Le foto di cronaca di fatti "minori" sono quasi sempre "tirate via", fatte con la mano sinistra, poco pensate e poco curate. Idem per quanto riguarda lo sport. I fotogiornalisti, per sopravvivere, si allineano verso il basso, omologandosi. Ci sono però anche fotografi che si sforzano di proporre una visione personale e non stereotipata della realtà. Purtroppo non

sempre vengono pubblicati. Se per qualcuno le fotografie nei periodici dovrebbero essere un perfetto equilibrio di informazione ed emozione, per altri l'eccesso della componente emotiva rischia di portare all'indebolimento della componente informativa. Spesso nei periodici l'attenzione alla fotografia è concentrata sulle pagine d'apertura mentre poi, nelle pagine successive, ha un ruolo subalterno: questo è un grave errore. Sullo spinoso tema dei tagli e del lavoro redazionale ci sono posizioni discordi: per alcuni dovrebbe essere possibile operare tagli sia nei testi sia nelle immagini, in quanto non ha senso considerare le immagini sacre e intangibili. Per altri, questo genere di intervento sulle foto è considerato offensivo. Le fotografie, per essere giornalmisticamente apprezzabili, devono avere la curiosità per il dettaglio, per il particolare. Troppo spesso le foto pubblicate sono troppe, inutili e utilizzate come riempitivo: ne basterebbero meno ma di maggiore qualità e scelte con criteri meno superficiali.

### **Fotogiornalismo e formazione dei professionisti (fotografi e photo editor)**

Per molti, la formazione, la cultura, la conoscenza della storia, dei meccanismi e delle regole del giornalismo – e del giornalismo visivo in particolare - è l'elemento dal quale partire per progettare il rinnovamento della professione di fotoreporter e di photo editor. Questo in risposta alla posizione dei pochi che sostengono che "per essere grandi fotografi non è necessaria una grande preparazione culturale" e che quel che conta è il talento, l'istinto. Poco è stato detto in concreto su come e dove questa formazione dovrebbe avvenire (nelle scuole di giornalismo riconosciute dall'Ordine?).

### **Fotogiornalismo e studi accademici**

In Italia manca una catena di discussione, di dibattito teorico e di riflessione che analizzi e commenti l'uso delle immagini sui giornali. Le notizie scritte sono oggetto di studio e occasione di dibattito pubblico, mentre il giornalismo visivo rimane senza commento e non innesca confronti e dibattiti. Manca un quadro di analisi, una griglia di valori, una serie di punti di riferimento. Bisogna analizzare il giornalismo visivo all'interno di un sistema più ampio che è quello della comunicazione, settore in rapido cambiamento nella società contemporanea. Manca l'anello alto, quello universitario, dove non ci sono docenti, corsi, studi, dipartimenti, convegni, seminari sull'argomento. Questo è anche imputabile al fatto che la fotografia non è collegata con spartizioni di fette di potere, dunque non conta.

### **Fotogiornalismo e deontologia professionale**

Il fotogiornalismo risponde alle richieste del mercato giornalmistico. Le paparizzate, le foto rubate anche violando la privacy si spiegano con le richieste pressanti e ben remunerate del mercato editoriale (i giornali le vogliono perché fanno vendere più copie) e comunque (a detta di chi le produce) non sminuiscono il valore di un fotografo. Si dovrà prima o poi approdare ad una nuova coscienza, ad una diversa riflessione sul giornalismo visivo: il tutto si riduce ad una questione di etica del giornalismo. Il fotoreporter si deve assumere la responsabilità, deve avere la consapevolezza di quel che sta facendo. Le immagini tratte da film costituiscono un'inaccettabile commistione tra fiction e realtà e portano inoltre ad un prodotto giornalmistico di una piattezza sconsolante. Si evoca un'ecologia dell'immagine, che scongiuri gli intrecci tra pubblicità e informazione. Il rapporto con il lettore richiede grande senso di responsabilità nell'uso delle immagini.

### **Rapporti tra fotografi, photo editor, e giornalisti**

All'interno dei giornali la comunicazione visiva non viene percepita come elemento essenziale della comunicazione giornalmistica. Ad essa sono destinate poche risorse professionali, si lavora in tempi strettissimi e in difficili condizioni organizzative. Nell'organizzazione del lavoro, le foto vengono spesso scelte per ultime, senza criterio, senza attenzione. A volte, poi, i testi originali che le accompagnano vengono ignorati o travisati. Il ruolo dei photo editor, che spesso mancano nelle redazioni, dovrebbe essere quello di fare da intermediari tra le esigenze della redazione e le capacità espressive dei singoli fotografi. Produrre non è necessariamente più costoso che acquistare servizi già pronti dall'agenzia, ma favorisce piuttosto la realizzazione di una più precisa "linea visiva" della testata, la costruzione di una personalità del giornale più identificabile. Nei giornali la comunicazione dovrebbe scaturire da una perfetta simbiosi di testi, immagini e grafica: sulle immagini in Italia non ci ragiona quasi nessuno, con i risultati mediocri che vediamo. A volte occorrerebbe anche più coraggio, maggiore voglia di sperimentare, anche nel campo della comunicazione visiva nell'ambito dei giornali. Questo si

potrà verificare quando si affermerà una nuova coscienza e sensibilità all'interno delle redazioni.

### **Rapporto tra fotografi, agenzie e giornali**

Nelle agenzie fotografiche italiane i fotografi non crescono. Le agenzie dovrebbero dare una formazione professionale ai fotografi. Una volta in alcune agenzie c'era dibattito culturale, passione per il reportage fotografico. L'interesse primario dei direttori è avere la garanzia di un rifornimento costante di immagini: in questo senso le agenzie sono le uniche che lo possono garantire, ma al prezzo di introdurre dinamiche unicamente, o prevalentemente, commerciali. Le agenzie, infatti, non sono in Italia delle agenzie di stampa, ma dei semplici intermediari commerciali. L'agenzia tende ad escludere fotografi che pongono condizioni limitative sull'utilizzo delle proprie foto. Nelle trattative commerciali possono nascondersi anche convenienze al limite del lecito o addirittura del tutto illegali. Secondo una prima stima, oltre i due terzi dei servizi fotografici pubblicati dai periodici vengono acquistati da agenzie e sono prodotti da fotografi stranieri. I fotografi e i titolari di agenzia non hanno mai insistito per avere all'interno dei giornali dei referenti qualificati. Il prevalere di alcune grosse agenzie mette in difficoltà i free lance.

### **Investimenti, bilanci editoriali, strategie di marketing e fotografia**

Si produce solo quel che "vende". Dal punto di vista "stilistico" e dei contenuti, la richiesta degli editori è quella di evitare le immagini ansiogene, che potrebbero turbare la propensione all'acquisto del lettore. Gli inserzionisti hanno enorme potere di ricatto, perché gli investimenti della pubblicità sulla stampa sono molto minori rispetto a quelli televisivi. Nel 1994 le trenta principali testate femminili avevano comunque un fatturato derivante dalla pubblicità di 550 miliardi di lire. Le riviste di fotografia non ospitano discorsi teorici e analisi ma sono asservite ai produttori del mercato della fotografia che sono anche gli inserzionisti.

### **Sindacato: contratto giornalistico e fotografia**

Vari pareri sono emersi riguardo al tariffario, alla necessità di applicare il contratto giornalistico a chi lavora nelle agenzie fotografiche, al concetto di "spazio-tiratura" nella formazione del prezzo del servizio fotografico. E' innegabile la progressiva fuoriuscita (espulsione) dei fotografi dalle redazioni. La figura del fotografo è la più lontana dalla redazione e così non può vantare diritti: secondo la sentenza del '93 della Cassazione se il fotografo non è in redazione, non può partecipare alla formazione del messaggio giornalistico e dunque non può dirsi giornalista. D'altra parte c'è chi mette in guardia rispetto alle aspettative di un qualche intervento da parte dell'Ordine a favore dei fotogiornalisti. Inoltre, il Contratto Nazionale di lavoro giornalistico, con le sue gerarchie cristallizzate, non aiuta a produrre giornali moderni, è inadeguato al lavoro di squadra, non permette di formare gruppi di lavoro trasversali (giornalista-fotografo-grafico).

### **Fotografia e digitale**

Qualcuno azzarda previsioni di una sempre maggiore distribuzione indipendente dei fotografi e di un conseguente tramonto delle grandi agenzie. Le immagini digitali hanno ancora una qualità troppo bassa per poter essere utilizzate negli impaginati. Attualmente a Panorama le fotografie utilizzate che arrivano in formato digitale sono il tre-quattro per cento.

### **Fotografia e Diritto**

Accenni al diritto d'autore.

oooooooooooooooooooooooooooo

Il lavoro di sintesi è stato curato da **Fotografia & Informazione**.