



POLITECNICO
MILANO 1863

La comunicazione foto-giornalistica nella dimensione del design antagonista

Verso la progettazione di scenari alternativi

Politecnico di Milano
Scuola del Design
Design della Comunicazione

Laurea magistrale A.A. 2014/2015

Relatore Matteo Ciastellardi
Correlatore Salvatore Zingale

Carlo Paiocchi
803765

A Stefano

Abstract

La mia tesi vuole mettere in evidenza come all'interno della comunicazione foto-giornalistica contemporanea esistano modelli di presentazione e comunicazione dei contenuti che, essendo intesi ad opporsi alle modalità finora utilizzate nella comunicazione e presentazione dei contenuti per l'informazione foto-giornalistica, possono essere definiti come "antagonisti". Il concetto di "antagonismo" è stato ripreso dalle formulazioni teoriche di alcune correnti del design contemporaneo ed è stato applicato come criterio per giudicare e valutare il maggiore o minore grado di "antagonismo" di alcuni prodotti fotogiornalistici recenti. Queste correnti teoriche del design contemporaneo considerano il progetto antagonista come un progetto in grado di sostenere e favorire la revisione e la messa in discussione delle idee che dirigono lo sviluppo in diversi settori e ambienti sociali e intendono quindi il design come attività politica, rivolta cioè alla creazione di conflittualità e dissenso rispetto ad alcune questioni di pubblico interesse. Infine, offro alcune linee guida per la progettazione e realizzazione di un racconto foto-giornalistico antagonista.

Indice

Introduzione	10
1. Il racconto fotografico	15
1.1. L'autorevolezza dell'immagine fotografica	15
1.2. Il trauma della discontinuità	27
1.3. I processi di contestualizzazione dell'immagine fotografica	30
1.3.1. La sequenza di fotografie	31
1.3.2. Testo e immagini	38
1.4. I processi di ampliamento dell'immagine fotografica	41
1.4.1. L'intertestualità	41
1.4.1.1. La citazione e l'allusione	42
1.4.1.2. La parodia	55
1.4.2. L'iperfotografia	58
2. Nuovi media e comunicazione foto-giornalistica antagonista	66
2.1. Foto-giornalismo ed editoria giornalistica	66
2.1.1. L'“Età dell'Oro” della carta stampata	66
2.2.2. Informazione e intrattenimento nel villaggio globale	67
2.3.3. La crisi della carta stampata e l'informazione online	69
2.2. Le caratteristiche antagoniste del foto-giornalismo online	72
2.2.1. Iperstualità e decostruzione del testo	72
2.2.2. La partecipazione interattiva	74
2.2.3. Multimedialità e multisensorialità	76
2.3. Informazione Social e User Generated Content	77
2.4. Explanatory journalism	104
2.5. Il foto-giornalismo immersivo	110

3. Foto-giornalismo e design antagonista	117
3.1. Definiamo il design antagonista	117
3.2. Discorsi Egemoni e pratiche antagoniste	119
3.3. Perturbante e dissonanze cognitive	125
3.4. Narrazioni probabili, plausibili, possibili e preferibili	126
3.5. “Gomorrhah Girl”. Un esempio di fotoracconto antagonista	131
4. Linee guida per la progettazione e realizzazione di un racconto foto-giornalistico antagonista	147
4.1. La progettazione	147
4.1.1. La domanda preliminare	148
4.1.2. Il contenuto	148
4.1.3. La forma	151
4.1.4. L’analisi dei “competitor”	152
4.1.5. La definizione del pubblico di riferimento	153
4.2. La produzione	154
4.2.1. La composizione antagonista delle immagini	154
4.2.2. La costruzione della sequenza	157
4.2.3. Cartaceo o digitale?	159
4.3. La diffusione	160
4.3.1. La pubblicazione indipendente	160
4.3.2. Un’idea per la promozione	162
Conclusioni	164
Bibliografia	168
Filmografia	170
Sitografia	171
Indice Immagini	173

Introduzione

Il progettista della comunicazione è prima di tutto un produttore di significati e per questo assume un ruolo fondamentale nella produzione di “cultura”. Quando si dice “cultura” si parla infatti di “significati condivisi” che vengono trasmessi attraverso un linguaggio verbale, visivo o di altro genere, e ci si riferisce ad essa più come ad un processo di produzione e scambio di significati, che come ad una serie di elementi fissi. Tali significati veicolati dalla cultura e creati attraverso delle rappresentazioni dirigono i nostri gesti e le nostre azioni quotidiane e di riflesso partecipano alla costruzione di altri significati in un ciclo infinito.

Nel campo della comunicazione foto-giornalistica, i significati vengono veicolati dalle rappresentazioni fotografiche le quali, riproducendo il reale, sono anche in grado di condizionare il nostro modo di concepirlo; le fotografie infatti partecipano e contribuiscono a creare una vera e propria memoria visiva collettiva attraverso cui dirigiamo le nostre scelte e costruiamo il nostro futuro.

Il processo di differenziazione sociale degli ultimicinquant' anni ha moltiplicato i ruoli svolti da ogni singolo individuo e ampliato gli ambienti entro cui tali compiti si giocano. Risulta infatti sempre meno fattibile, nell'ambiente complesso, “liquido” e “proteiforme” in cui viviamo, limitarsi ad acquisire informazioni soltanto su ciò che si sperimenta direttamente. Nella società contemporanea lo scambio d' informazioni è di fondamentale importanza ed ha assunto un ruolo strategico.

Nello specifico, in questo lavoro ho deciso di concentrarmi sulle modalità attraverso cui le immagini fotografiche si rendono veicolo di comunicazione e di senso all'interno del contesto dell'informazione giornalistica e mi sono quindi interessato a mostrare come venga progettato e comunicato il racconto foto-giornalistico.

Nella fase iniziale, alcune riflessioni teoriche inerenti la fotografia mi hanno aiutato a determinare il problema e le difficoltà presenti nella comunicazione fotografica. In particolare, le riflessioni dei noti studiosi John Berger, Roland Barthes e Susan Sontag mi hanno portato a considerare la fotografia come un mezzo di comunicazione che, non avvalendosi di un linguaggio simbolico convenzionalmente accettato, comunica un messaggio ambiguo, difficile da comprendere e difficile da gestire.

Di conseguenza, ho cercato di comprendere quali fossero le tecniche e

le strategie messe in atto nel mondo dei media giornalistici per diminuire e allentare tale ambiguità e rendere quindi chiaro e comprensibile il messaggio fotografico.

L'analisi è stata condotta da una prospettiva semio-sociologica e si è considerata la fotografia come analoga ad un testo. Dall'analisi è emerso che i media giornalistici nella presentazione visiva delle notizie ricorrono a delle retoriche e grammatiche visive consolidate le quali contribuiscono a generare un discorso visivo fortemente viziato da stereotipi e pregiudizi. Questi rappresentano un problema perchè inibiscono sia la capacità critica dell'individuo sia lo sviluppo democratico della società sia la creazione di nuove rappresentazioni del reale.

Ho inoltre analizzato la strategia comunicativa che lo studioso Gerard Genette ha definito dell'intertestualità. Attraverso questa il messaggio contenuto in una fotografia viene messo in relazione, attraverso un gioco di rimandi e rinvii impliciti ed espliciti, ad altri testi fotografici e grazie a ciò il suo messaggio si amplia a tal punto da trasferire e comunicare significati che essa, di per sè, non era in grado di comunicare. Ho mostrato quindi come l'intertestualità sia spesso utilizzata dai media giornalistici per creare interpretazioni del reale utili a manipolare e creare consenso all'interno dell'opinione pubblica rispetto a determinate scelte di ordine politico.

Il concetto di "antagonismo" è ricorrente in questo lavoro ed indica la particolare capacità di alcuni prodotti fotogiornalistici di creare rappresentazioni del reale talmente avverse rispetto alle tradizionali da costringere lo spettatore a rivedere le proprie idee e rappresentazioni mentali rispetto alla situazione che il progetto mostra. In particolare, un progetto fotogiornalistico antagonista è un progetto che si pone l'obiettivo di creare un sentimento di confusione e spaesamento nello spettatore strumentale alla creazione di una conflittualità critica nei confronti delle idee e retoriche abitualmente correlate a tale argomento. Nell'accezione considerata, il progetto foto-giornalistico antagonista sarebbe in linea con l'assunto attraverso cui alcuni studiosi ritengono che i progettisti debbano, per via della situazione storico sociale in cui viviamo, realizzare non più solo "oggetti" in grado di soddisfare determinati bisogni e necessità "pratiche", ma piuttosto progettare "processi" e "servizi complessi" e, inoltre e soprattutto, progettare l'organizzazione e le strutture in grado di far sì che tali processi si realizzino. Questo significa che il compito del progettista sia oggi più quello di "farci riflettere" che quello di "farci agire", o meglio, sia quello di contribuire, attraverso i servizi che realizza, a trasformare e a cambiare le nostre credenze, valori, comportamenti e abitudini rispetto a determinate situazioni.

Questo lavoro considera quindi l'efficacia di un progetto di comunicazione fotografica per l'informazione attraverso un criterio diametralmente opposto rispetto a quello utilizzato tradizionalmente. Infatti, se tradizionalmente l'efficacia di un progetto di comunicazione fotografica per l'informazione è stabilita in base alla sua capacità di trasferire un messaggio nella forma più chiara e comprensibile possibile, in questo lavoro l'efficacia di un progetto di comunicazione fotografica per l'informazione è invece valutata a partire dalla sua capacità di creare un messaggio, talmente ambiguo e difficile da comprendere, da costringere lo spettatore ad assumere una posizione attiva e critica rispetto ai principi che hanno determinato la necessità di trasmettere il tale contenuto nella forma in cui è stato trasmesso.

Ho perciò considerato come e attraverso quali strategie un prodotto foto-giornalistico diventi antagonista. Considerato che un prodotto foto-giornalistico si considera antagonista quando costringe lo spettatore ad abbandonare la sua passività di ricevente in favore di una posizione maggiormente attiva nella creazione di significato ho quindi ritenuto che un racconto foto-giornalistico sia antagonista quando utilizza in maniera strategica l'"ambiguità" della fotografia e della narrazione per immagini fotografiche.

Considerare all'interno del panorama della comunicazione l'"ambiguità" come elemento positivo ha generato diversi problemi e sollevato questioni teoriche. infatti, l'"ambiguità" è una caratteristica in forte contraddizione sia con i principi alla base del design della comunicazione, il quale punta a creare messaggi chiari ed esaustivi, sia con la convenzione giornalistica la quale punta a offrire messaggi fortemente oggettivi; tuttavia, se si considerano necessarie nuove visioni e interpretazioni del reale, soprattutto in una fase storica come l'attuale in cui le vecchie ideologie sono entrate in crisi aprendo un vero e proprio vuoto ideologico, allora l'ambiguità in quanto generatrice di visioni nuove e divergenti rispetto a quelle del passato è necessaria e utile alla definizione di nuovi modelli non solo narrativi, ma anche cognitivi e comportamentali.

Il termine antagonista è stato quindi utilizzato nei confronti di tutti quei prodotti fotogiornalistici la cui struttura narrativa, pur ricorrendo a stereotipi e modelli visivi sedimentati, è riuscita, attraverso specifici elementi e strategie di presentazione dei contenuti, a deviare dai loro modelli di riferimento e presentare aspetti e interpretazioni inediti dei fatti mostrati.

In questo lavoro ho preso in considerazione anche progetti fotogiornalistici di autori contemporanei il cui rapporto con lo strumento fotografico e con la fotografia può essere considerato come "occasionale" e dettato più dalla forte diffusione dell'immagine fotografica, dovuta alla pervasività

delle piattaforme “social” offerte dalla Rete per la condivisione di informazioni e immagini fotografiche e dalla altrettanto massiccia diffusione di strumenti di ripresa fotografica, che da una vera e propria coscienza foto-giornalistica. È utile far presente tuttavia che questi autori pur non essendo fotogiornalisti professionisti hanno dimostrato tuttavia di avere una specifica conoscenza del linguaggio fotografico e una altrettanto forte conoscenza del contesto comunicativo e mediatico contemporaneo.

1. Il racconto fotografico

“The picture is a symbol that brings one immediately into close touch with reality. It tells a story packed into the most condensed and vital form. Indeed, it is even more effective than the reality would have been because, in the picture, the non-essential and conflicting interests have been eliminated”

Lewis Hine

1.1. L'autorevolezza dell'immagine fotografica

In questo paragrafo si vuole comprendere perché, tra le innumerevoli forme con cui è possibile rappresentare visivamente il reale, l'editoria giornalistica abbia deciso di utilizzare, in maniera sempre più massiccia, proprio la fotografia. Per dimostrare questo ho ripreso alcune riflessioni teoriche riguardo al mezzo fotografico e allo specifico rapporto che esso instaura con il reale.¹

A riguardo del carattere autorevole dell'immagine fotografica, la scrittrice e attivista americana Susan Sontag (1933-2004) così si esprime nel suo famoso saggio “Sulla fotografia”:

Le fotografie forniscono testimonianze. Una cosa di cui abbiamo sentito parlare, ma di cui dubitiamo, ci sembra provata quando ce ne mostrano una fotografia.[...] Una fotografia è considerata dimostrazione incontestabile che una data cosa è effettivamente accaduta. Può deformare, ma si presume sempre che esista, o sia esistito, qualcosa che assomigli a ciò che si vede nella foto.²

La domanda che mi sono posto è stata quindi: perchè l'immagine fotografica è “autorevole”? , e soprattutto, da dove deriva la sua “autorevolezza”?

Innanzitutto, l'immagine fotografica è autorevole perchè, parafrasando

¹ In questo lavoro l'immagine fotografica verrà considerata “autorevole” da due punti di vista diversi. Il primo considera “autorevole” l'immagine fotografica quando in grado di mostrare la veridicità di quanto si afferma attraverso il linguaggio scritto o orale. Dal secondo punto di vista, si considera “autorevole” l'immagine fotografica quando essa si dimostra in grado di trasmettere un significato chiaro e univoco. Nel testo verranno utilizzate note per indicare in quale delle due accezioni il termine “autorevole” verrà utilizzato. In questo caso esso è utilizzato nella prima accezione.

² Sontag, Susan. “Sulla fotografia”, Einaudi, 2004. p.5

il noto semiologo francese Roland Barthes (1915-1980), a differenza delle immagini pittoriche in cui la copresenza fisica di autore e soggetto è facoltativa, ha necessariamente bisogno per esistere che autore e soggetto siano fisicamente presenti l'un l'altro.³Tuttavia la tecnologia odierna di ripresa permette che fotografo e soggetto non debbano necessariamente essere copresenti al momento della registrazione; questo verrà dimostrato quando presenterò il caso di Balog James e del suo progetto “Ice Extreme Survey”.

L'autorevolezza dell'immagine fotografica deriva allora dal rapporto che la macchina fotografica stabilisce con il suo referente: il reale. Infatti, la macchina fotografica_ il cui principio di funzionamento è rimasto fondamentalmente invariato dai tempi della sua invenzione_considera e descrive il reale come qualcosa di puramente scientifico. Il referente dell'immagine fotografica (la cosa reale che si intende rappresentare) altro non è che l'insieme dei riflessi che milioni di raggi di luce creano quando a contatto con la superficie delle cose.

Il noto critico d'arte inglese John Berger sottolinea in maniera evidente il differente rapporto di verosimiglianza che viene a crearsi nella rappresentazione del reale attraverso la fotografia e lo dimostra confrontando la fotografia con il disegno. Infatti, in un passaggio del suo testo “Appareances” egli così si esprime:

In a drawing an apple is *made* round and spherical; in a photograph, the roundness and the light and shade of the apple are *received* as a given.⁴

La capacità della fotografia di asserire come indiscutibilmente vero quello che mostra deriverebbe quindi dallo specifico rapporto che la macchina fotografica e il suo utilizzatore intrattengono con il tempo e il reale.

Per meglio comprendere ciò è utile confrontare il tempo di realizzazione di un disegno con quello di una fotografia. Mentre il tempo di realizzazione di un disegno non è uniforme, il tempo di realizzazione di una fotografia è uniforme e legato alla dimensione dell'istante. Semplificando questo significa che: mentre ogni singola parte del disegno può richiedere un tempo differente dalle altre per la sua creazione e quindi alcune parti possono essere realizzate più istintivamente ed altre in modo più ragionato, nella fotografia il tempo di realizzazione è invece uniforme per tutte le parti che la compongono e ciò presuppone una minore influenza dei presupposti co-

3 Cfr. Barthes, Roland. “La camera chiara”, Einaudi, 2003.p. 77

4 Berger, John; Mohr, Jean. “Another way of telling”, Vintage, 1995.p. 93

municativi e dei pregiudizi dell'autore su ciò che intende rappresentare.⁵

Così, la capacità dell'immagine fotografica di asserire il vero deriva dallo specifico rapporto di "verosimiglianza" che essa stabilisce con il reale; la fotografia, abbiamo visto, intrattiene infatti un rapporto fortemente mimetico con la realtà, tanto che molti la considerano "copia", "doppio", "traccia" o "frammento" della realtà che registra. In conseguenza di ciò, la fotografia è stata considerata come "citazione" del reale piuttosto che sua "rappresentazione simbolica".⁶

Queste considerazioni permettono di affermare che la fotografia sia uno strumento probatorio efficace in quanto citazione incontestabile e veritiera del reale piuttosto che sua manipolazione e interpretazione faziosa. Quindi, se tutte le immagini possono essere considerate "documenti" in quanto tutte le immagini contengono delle informazioni solo le immagini fotografiche possono essere considerate "documenti autentici" che attestano che qualcosa è avvenuto esattamente nel modo in cui lo vediamo rappresentato.

Tuttavia, l'immagine fotografica si rivela valida come "documento oggettivo" solo all'interno di specifici contesti. Tali contesti sono quello delle scienze e quello del controllo politico-sociale. Solo in questi contesti infatti l'immagine fotografica è in grado di fornire evidenze incontrovertibili rispetto ad un fatto perché solo in questi contesti l'utilizzo della fotografia è limitato alla determinazione della presenza o assenza di altrettanto deter-

5 Per maggior chiarezza, l'immagine fotografica viene prodotta da uno strumento tecnico_ la macchina fotografica_ che si basa su procedimenti scientifici, di carattere chimico-fisico nel caso dell'analogico, e elettronici nel caso digitale, che la rendono in grado di imitare, riprodurre e registrare la condizione luminosa esterna. In sostanza, la macchina fotografica cattura, in un istante di tempo, la luce emanata dagli oggetti e fa in modo che essa vada a imprimersi su una pellicola o su di un sensore digitale il quale ne conserva invariate le sembianze.

6 La macchina fotografica venne inventata nella prima metà del sec. XIX all'interno del contesto storico-culturale del Positivismo. Questo sostanzialmente riteneva che il progresso scientifico e tecnologico avrebbe permesso di ottenere una conoscenza oggettiva di tutti i fenomeni naturali e che, di conseguenza, l'uomo sarebbe stato in grado di conoscere, e quindi controllare, ogni aspetto della vita. Inoltre è utile ricordare che fu proprio la fotografia, nata dall'influsso delle idee positiviste, ad offrire alla cultura positivista stessa un valido sostegno logico. Infatti, per la sua capacità di registrare il reale, la macchina fotografica fu considerata in grado di rendere ogni aspetto della vita umana un "fatto" osservabile e conoscibile in maniera scientifica.

minati elementi.⁷

Nei contesti delle scienze e del controllo politico, l'interpretazione dell'immagine avviene attraverso codici di osservazione fortemente "selettivi"; per usare una metafora, l'immagine fotografica, in tali contesti, viene osservata con occhio "clinico", vale a dire che, colui che la guarda, assume una disposizione comportamentale e cognitiva paragonabile a quella di un medico che cerca sul corpo del paziente quegli indizi fisici, o sintomi, che connessi tra loro gli permetteranno di giungere alla definizione di una prognosi.⁸

Esistono moltissimi casi in cui le fotografie vennero impiegate per risolvere casi criminali; tra queste ne ho scelte alcune relative alla storia recente del nostro paese le quali ben si prestano a sostenere che le immagini fotografiche attivano processi di fruizione selettiva.

In particolare, mi riferisco alle fotografie scattate durante la manifestazione svoltasi a Milano il 14 maggio del 1977 (figg. 2-3-4-5-6) in cui un poliziotto venne ucciso da un colpo di pistola sparato da uno dei manifestanti. Non entrando nel merito del contesto storico in cui tali avvenimenti si verificarono ne tantomeno nell'utilizzo mediatico e giornalistico a cui tali fotografie verrebbero esposte, mi limito ad affermare che la sequenza di immagini scattate da Paolo Pedrizzetti e da altri fotografi amatori durante la manifestazione, si rivelarono, dopo il sequestro da parte della polizia, fondamentali strumenti per ricostruire le dinamiche dell'evento e per giungere a stabilire l'identità dei colpevoli.

In questo caso, i fruitori delle immagini furono un pubblico specifico_ le autorità preposte a risolvere il caso_ e questi non posero attenzione all'immagine in quanto tale, ma la guardarono con il preciso scopo di osservare un determinato fenomeno la cui prova definitiva è fornita dall'immagine.

7 La volontà di utilizzare la fotografia come documento in grado di descrivere in maniera oggettiva la realtà fu l'obiettivo principale perseguito da diversi autori a cavallo degli anni '20 e '40 del secolo scorso. Questi si impegnarono a definire quello che poi venne chiamato "stile documentario". In particolare, le loro opere e ricerche influenzarono notevolmente lo sviluppo del foto-giornalismo sia da un punto di vista contenutistico che formale. In generale, questi autori intesero i propri lavori come narrazioni e realizzarono progetti fotografici fortemente incentrati sulla "sequenzialità" delle immagini. Uno dei maggiori esponenti della fotografia documentaria è l'americano: Walker Evans (1903 – 1975). Cfr. Lugon, Olivier. "Lo stile documentario in fotografia: da August Sander a Walker Evans, 1920-1945", Electa, Milano, 2008. Si veda anche: AA.VV. "Walker Evans. American Photographs", MOMA, 2012.

8 Ad esempio si ricordi l'utilizzo della fotografia per l'identificazione dei soggetti nel contesto burocratico-amministrativo: carte d'identità e passaporti. Quello che si cerca nella fotografia della carta d'identità o del passaporto è esclusivamente la conferma che le caratteristiche fisiche del volto della persona raffigurata corrispondano o meno alla persona reale che si ha di fronte e che ha mostrato il passaporto come prova della sua identità.

Nel maggio del 1977, al culmine di una manifestazione, un ragazzo di nome Giuseppe Memeo fu fotografato nell'istante in cui, in mezzo alla strada, impugnava a due mani una pistola ad altezza uomo. Lo scatto fu realizzato da Paolo Pedrizzetti, un giovane fotografo milanese. Egli insieme a un gruppo di altri giovani fotografi si ritrovò nel mezzo di una sparatoria, e scattò le fotografie che diventarono, oltre che un simbolo di quei tragici anni, un'utile strumento d'indagine.

Dal punto di vista della comunicazione giornalistica, l'immagine di Pedrizzetti conduce chi la guarda a considerare il "movimento di lotta" attraverso un nuovo "interpretante": se storicamente il manifestante era parte di un gruppo e come tale veniva rappresentato, l'immagine di Pedrizzetti, presentando un "eroe solitario" conduce lo spettatore a riconsiderare la sua idea di "movimento".



1. Prima pagina del "Corriere d'informazione" di lunedì 16 maggio 1977 con l'immagine di Pedrizzetti. Immagine da: Bianchi, Sergio, a cura di. "Storia di una foto. Milano, via De Amicis, 14 maggio 1977", Derive Approdi, 2011. p. 101.

L'immagine di Pedrizzetti ha contribuito a mostrare, meglio di molte parole, il cambiamento storico che ha portato il movimento del '68-'69, caratterizzato dal sodalizio studentesco-operaio, al movimento degli anni '70 le cui rivendicazioni sociali furono appannaggio di élite armate: all'immagine della massa di operai e studenti che uniti avanzano verso le barricate, si sostituisce, a partire dall'immagine di Pedrizzetti, quella di "eroi solitari"

2



3



4





5



6

Alcune immagini che permisero la ricostruzione dell'attentato in via De Amicis, Milano, 1977.

2-3-4-5. Alcune delle fotografie scattate da Antonio Conti.

6. La fotografia di Paolo Pedrizzetti.

Immagine da: Bianchi, Sergio, a cura di. "Storia di una foto. Milano, via De Amicis, 14 maggio 1977", Derive Approdi, 2011. p.70 e sgg.

che sparano nel mucchio.

Come si accennava all'inizio del paragrafo, questa immagine assume un valore e un significato diverso a seconda del contesto in cui viene presentata: mentre nella stampa assume un valore simbolico, nel contesto giudiziario essa assume valore come documento oggettivo, in grado, quando confrontata e messa in sequenza con altre fotografie scattate da altri fotografi/manifestanti presenti sulla scena, di dimostrare che qualcosa è avvenuto esattamente come dimostrato dalle immagini fotografiche.

Quindi, l'immagine di Pedrizzetti assunse, a seconda del contesto comunicativo in cui fu presentata, una valenza comunicativa diversa: coloro che la guardarono nel contesto comunicativo giornalistico, non potendo fare altro che registrare la particolare posa del giovane manifestante, ne restarono barthesianamente "punti". In fondo, la posa aerodinamica e aggressiva assunta dal manifestante nell'atto di sparare si erge a simbolo dell'idea, di per sè vaga e confusa, dell'atto stesso dello sparare e del ferire a morte. Al contrario, coloro che la guardarono nel contesto giudiziario, in quanto mossi da obiettivi diversi da quelli dei lettori dei giornali, si soffermarono su altri elementi visivi dell'immagine e la interpretarono in maniera diversa.⁹

Solo nei contesti indicati l'immagine fotografica è in grado di fornire evidenze incontrovertibili rispetto ad un fatto perchè è solo in questi contesti che ciò che si cerca di evincere dall'immagine è limitato alla presenza o assenza di altrettanto determinati elementi, i quali, essendo stati registrati, possono essere poi confrontati con il reale al fine di stabilirne o meno l'effettiva somiglianza.

Al di là dello specifico utilizzo "investigativo" a cui tali fotografie vennero sottoposte dalle istituzioni preposte, l'esempio mi è stato utile, come an-

⁹ Roland Barthes ha utilizzato i termini "studium" e "punctum" per indicare le due diverse "disposizioni" percettive che la visione di un'immagine fotografica genera. Lo "studium" è quella disposizione percettiva attraverso cui lo spettatore interroga la fotografia e si mette alla ricerca in essa di informazioni precise e utili che lo rendano in grado di giungere alla comprensione di ciò che osserva. Il termine latino "studium" esprime infatti "l'applicazione...una sorta di interessamento", una partecipazione di tipo culturale che spinge l'osservatore verso l'immagine in modo distaccato, senza un particolare entusiasmo. Su questo piano si notano dettagli che spiegano meglio delle parole e si definisce se l'immagine piace o non piace. Il Punctum è invece il nome dato allo stimolo che viaggia in senso inverso, dalla foto all'osservatore. Si tratta di una sorta di disturbo, una freccia che punge in modo imprevisto e imprevedibile. L'impressione che provoca agisce sul piano emotivo, suscita emozione, diventa predominante rispetto al resto e lo trasforma. L'elemento che lo scatena varia ovviamente da foto a foto, la sua identificazione e percezione è un'esperienza individuale. Può essere un particolare apparentemente insignificante che a volte colpisce restando tale, a volte "riempie l'intera fotografia" grazie alla sua "folgorante... forza di espansione". Cfr. Barthes, Roland. "La camera chiara", Einaudi, 2003, pp. 28-29



7



8

Le immagini di uno dei ghiacciai del progetto "Ice Extreme Survey" di James Balog.

7. Il prima

8. Il dopo

ticipavo, ad affermare che ogni immagine fotografica, non solo quelle il cui contenuto riguarda eventi tragici come quello del caso Pedrizetti, descritto sopra, funzionino come un testo e che in quanto tali stimolino nell'utente processi interpretativi/semiosi del tutto analoghi a quelli che avvengono nella lettura.¹⁰

Ho quindi dimostrato come ogni fotografia presenti una serie di informazioni e come l'interpretazione delle stesse dipenda fortemente dal contesto comunicativo in cui si collocano. Nel caso delle indagini poliziesche si è detto che il processo semiotico segue una direzione fortemente "selettiva", infatti, tra tutte le diverse informazioni, che le fotografie forniscono vennero selezionate esclusivamente quelle utili all'individuazione dei colpevoli

La maggiore o minore capacità di una fotografia di trasferire un significato "autorevole"¹¹, non ambiguo, dipende dal tipo di scelte attuate dal fotografo durante la ripresa; quindi dalla capacità del fotografo di riprendere la scena in una maniera tale che essa sia in grado di fornire una quantità di indizi utili a decifrare il suo messaggio.

Il progetto "Ice extreme Survey"¹² del fotografo James Balog (figg.7-8) esemplifica bene cosa s'intenda con "autorevolezza" dell'immagine fotografica e mostra come la fotografia possa essere resa documento indiscutibile riguardo la veridicità di un argomento.

Il progetto, iniziato nel 2007 e tuttora in sviluppo, ha da un lato l'obiettivo di aiutare a calcolare con precisione l'impatto del riscaldamento climatico globale e dall'altro di mostrare in maniera incontrovertibile che lo scioglimento dei ghiacciai è una realtà "oggettiva", indiscutibilmente vera, e perciò sarebbe utile occuparsene.

Per far ciò James Balog, con un gruppo di scienziati ed esperti, ha posizionato, dal 2007 fino ad oggi, 43 fotocamere in diverse aree dell'artico

¹⁰ La semiotica e le discipline sociologiche considerano con il termine "testo" non solamente qualcosa contenente elementi di carattere linguistico verbale, ma ogni spazio in cui avvengono degli scambi comunicativi di senso. Quindi, se si assume un punto di vista semio-sociologico, il termine "testo" si amplia al punto da contenere letteralmente qualsiasi cosa, fotografia compresa. Per approfondire si veda: Bonfantini, Massimo A., "Breve corso di semiotica". Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 2000 .

¹¹ L' "autorevolezza" della fotografia è intesa stavolta come la caratteristica di trasferire un messaggio chiaro e comprensibile e non in quella di essere documento indiscutibile riguardo la veridicità di un fatto. .

¹² Nonostante il progetto non appartenga al contesto giornalistico si ricordi almeno che fu una prima collaborazione di James Balog con la rivista "National Geographic" a far nascere l'idea che diede poi vita al progetto in questione. Balog, James, "<http://extremeicesurvey.org/>"; ultimo accesso 24/03/2016.

e delle zone alpine interessate dal riscaldamento atmosferico e le ha programmate per scattare automaticamente e in sequenze di tempo a intervalli regolari l'immagini dei ghiacciai, quindi in maniera simile alla tecnica "time-lapse"¹³. Le fotografie prese durante l'arco temporale di un anno mostrano l'effettiva e progressiva riduzione della superficie occupata dai ghiacciai in tutte le zone in cui le fotocamere erano state disposte.

Tale progetto fa leva sulla capacità del mezzo fotografico di registrare scientificamente e obbiettivamente il reale; capacità che, accompagnata da uno "storytelling" altrettanto scientifico e incontrovertibile in quanto in grado di mostrare la durata di un evento, ha reso "Extreme Ice Survey" un progetto efficace, dal forte impatto comunicativo e in grado di influenzare, almeno a livello ipotetico, il dibattito politico riguardo la questione ecologica e climatica.

Nel contesto della comunicazione giornalistica la fotografia tuttavia non si rivela valida come "documento oggettivo" poichè ciò che si intende dimostrare dipende da una serie di variabili legate spesso a dimensioni "complesse", difficili da controllare ed esprimere. Ritengo che la fotografia sia in grado di fornire verità oggettive e assolute solo all'interno di strutture di ragionamento e pensiero di carattere scientifico ed è solo in questi casi che essa è in grado di condurre il ragionamento ad una conclusione condivisibile e accettabile.

Quindi, l'immagine fotografica nel contesto giornalistico, mantiene il suo ruolo probatorio, ma la sua forza ed efficacia non risiede in quello, ma nella sua capacità di emozionare. Infatti, ciò che le redazioni giornalistiche prendono in considerazione quando devono scegliere un'immagine da pubblicare è più la loro maggiore o minore capacità di suscitare emozioni nel destinatario che la sua autorevolezza.

L'immagine foto-giornalistica deve quindi essere in grado di portare in superficie ciò che non è immediatamente percepibile e la bravura del fotogiornalista consiste proprio nel creare "sorprese" nello spettatore.

Fadigati Neri, autore del libro: "Il mestiere di vedere", riassume l'attività del fotografo e il ruolo che la fotografia assume nel contesto della comunicazione giornalistica in questo modo:

L'intervento del fotografo è l'atto inevitabile di chi osserva il mondo seguendo la propria cultura e sensibilità, esprimendo sempre un punto di

¹³ Un filmato time-lapse può essere ottenuto processando una serie di fotografie scattate in sequenza e opportunamente montate o attraverso video che verranno poi accelerati.



9. "Man with the Horse" da: Berger, John; Mohr, Jean. "Another way of telling", Vintage, 1995. p. 85

vista personale. Si tratta di una sorta di “valore aggiunto”, da apprezzare soprattutto ogni volta che un’immagine colpisce e rimane impressa nella memoria.¹⁴

Si ritiene quindi l’atto di fotografare un’attività collocabile a metà strada tra “registrazione” e “interpretazione” e, la fotografia, intesa come il prodotto di tale attività, un “documento”, contenente dati autentici e oggettivi, ma anche un “artefatto” derivante dall’interpretazione soggettiva e personale del fotografo.

1.2. Il trauma della discontinuità

Le fotografie in qualità di istantanee tendono a rompere la consequenzialità temporale in cui gli eventi avvengono. Considerato che il processo interpretativo si basa su una dimensione di consequenzialità logica del tipo causa-effetto allora le fotografie, interrompendo la sequenzialità temporale in cui gli eventi accadono, risultano di significato ambiguo e ognuno può offrire di esse interpretazioni profondamente diverse.

Ad esempio, a partire da una fotografia analizzata da John Berger nel suo saggio “Appearances”(fig. 9), della quale non ci è dato di sapere nulla sulla sua provenienza e sul soggetto rappresentato è possibile compiere svariate inferenze.

Il modo migliore per datarla è dato dalla tecnica fotografica utilizzata: probabilmente è databile tra il 1900 e il 1920. Il soggetto rappresentato è un uomo di mezza età con un cavallo. Ma per quanto riguarda il contesto, le motivazioni, la storia dei soggetti, non vi è nulla di certo. Perché è stata scattata? Quale significato aveva per il fotografo? E aveva lo stesso significato per l’uomo con il cavallo?

Si potrebbero inventare una serie di possibili significati: l’ultimo poliziotto a cavallo (il suo sguardo allora ci appare nostalgico); L’uomo che incendiava le fattorie (il suo sguardo allora ci appare sinistro); Alla vigilia di una lunga spedizione (lo sguardo assume un’aria vagamente preoccupata); Di ritorno da una lunga spedizione (lo sguardo esprime modestia) e via di questo passo.

Forse gli elementi più evidenti e di chiara interpretazione sono la briglia del cavallo e gli abiti dell’uomo, ma essi non costituiscono probabilmente il motivo per cui è stata scattata la foto. È difficile inoltre stabilire a che categoria appartenga: potrebbe essere scattata per un album di famiglia,

¹⁴ Fadigati, Neri. “Il mestiere di vedere. Introduzione al foto-giornalismo”, Edizioni Plus, 2009.p.148.

per un reportage giornalistico, oppure durante un viaggio.

L'elemento di interesse potrebbe essere l'uomo come il cavallo. E, nel caso dell'uomo, potrebbe essere un fantino, come un allevatore, oppure potrebbe essere un attore di uno dei primi film western.

Ciò che di certo ci comunica questa fotografia consiste nell'esistenza dell'uomo, del cavallo e della briglia, tuttavia essa non comunica nulla sul significato della loro esistenza

La fotografia è quindi portatrice di un messaggio spesso difficile da decifrare in maniera univoca proprio perchè, bloccando un istante di tempo, non è in grado di mostrare la progressione logica degli eventi, principio fondamentale per la creazione di senso.

A sostegno di quanto appena affermato riporto un passaggio dal testo "Appereances" di John Berger:

A photograph isolates the appearances of a disconnected instant. And in life, meaning is not instantaneous. Meaning is discovered in what connects, and cannot exist without development. Without a story, without an unfolding, there is no meaning. Facts, information, do not in themselves constitute meaning.¹⁵

Inoltre, l'ambiguità dell'immagine fotografica deriva dal fatto che essa non comunica attraverso simboli convenzionalmente condivisi e accettati, come avviene con la comunicazione linguistica, bensì essa comunica alla maniera dell'indice. Nonostante il valore di indice della fotografia sia stato già accennato in precedenza è utile ripetere che esso risiede nello specifico rapporto "scientifico" che la macchina fotografica instaura con il suo referente.

Da un altro punto di vista, il maggior o minor grado di ambiguità dell'immagine fotografica dipende in certa misura dalle scelte che il fotografo compie in fase di ripresa; tra queste se ne citino alcune: la scelta dell'istante, l'inquadratura, la composizione, l'esposizione etc. Queste sono tutte scelte che possono fare aumentare o diminuire l'ambiguità della fotografia in quanto determinano la maggiore o minore presenza in essa di "indizi" utili al conferimento di senso alla stessa.

È infatti solo attraverso la creazione di connessioni logiche tra gli elementi presenti nell'immagine e attraverso una loro disposizione nel tempo, del prima e del dopo, che l'immagine assume la caratteristica di testo e di

15 Berger, John; Mohr, Jean. "Another way of telling", Vintage, 1995. p. 89.

narrazione.

Ampliando ulteriormente il discorso, l'immagine fotografica, offrendo la possibilità allo spettatore di vedere ciò che è *accaduto*, sembra mostrarci il passato, ma, allo stesso tempo, per la sua capacità di preservarsi nel tempo, essa è presente *qui ed ora* e continuerà ad essere presente nel *qui ed ora* di chi la guarderà in futuro. La fotografia è un oggetto-ambiguo: per certi aspetti permette di fare esperienza di quella dimensione, a metà tra passato e futuro, che in filosofia viene detta della *durata* e dall' altro non è in grado di trasferire un messaggio univoco e ugualmente interpretabile da tutti i suoi destinatari. La straordinaria ambiguità della fotografia (e del suo messaggio) risiede proprio nel rendere percepibile il trascorrere del tempo, la dimensione della durata, ma anche nel suo essere espressione tautologica di qualcosa che è stato.

L'ambiguità, caratteristica di molte immagini fotografiche, non è sempre considerabile come negativa ed anzi in questo lavoro si cercherà di dimostrare come un certo grado di ambiguità possa essere un elemento positivo in grado di generare diverse interpretazioni dello stesso evento.

Si evidenzia che il ruolo e il compito del designer della comunicazione è tradizionalmente ritenuto quello di produrre "oggetti" e artefatti che siano in grado di trasmettere un messaggio chiaro e facilmente comprensibile: al designer della comunicazione è infatti richiesto di offrire interpretazioni chiare ed esaustive degli eventi e per questo una comunicazione "ambigua" viene considerata carente e da evitare.

Nella cultura del progetto la questione della chiarezza ed esaustività di un messaggio ha assunto molta rilevanza e si muove all'interno del rapporto tra forma e contenuto. Ad un livello minimo, un buon progetto è quello che riesce a coniugare la forma, l'aspetto estetico, e il contenuto, il messaggio della comunicazione, nel migliore e più efficace dei modi. Questo significa che il contenuto della comunicazione, ovvero il messaggio che si intende "far passare", deve essere "in linea" con la sua "forma", o meglio, che vi sia una sorta di collegamento tra ciò che si afferma e il modo e gli strumenti con cui lo si afferma e sostiene.

Quindi, quando si parla di "forma e contenuto" nell'ambito delle discipline della progettazione e della comunicazione visiva non si intende per forza riferirsi a questioni di gusto (e creatività), bensì si parla e ci si interroga su quale sia la "forma" migliore, più efficace e diretta, per trasferire ad un pubblico, il quale è parte di una specifica "cultura", il "contenuto". Ad un livello minimo, l'obiettivo del "designer" è quello di *tradurre* il contenuto del suo messaggio in una forma tale che sia decodificata (interpretata), nel

modo in cui egli stesso si era prefissato, da un pubblico il quale possiede determinate conoscenze ed è parte di un determinato contesto sociale, culturale e economico e politico che può essere diverso da quello cui appartiene il designer/progettista.

Come si accennava, in questo lavoro si intende dimostrare come la tradizionale visione del progettista della comunicazione come mittente e produttore di messaggi chiari ed esauritivi sia da rivedere e ripensare. Infatti, si dimostrerà come, in seguito a trasformazioni storico-sociali ed estetiche, il ruolo del designer della comunicazione non sia più tanto quello di offrire interpretazioni chiare del reale, ma piuttosto sia quello di creare messaggi che, facendo leva sull'ambiguità intrinseca al linguaggio che utilizza, sia in grado di generare visioni e interpretazioni del reale frammentate e complesse.

Riassumendo, nei paragrafi precedenti ho sostenuto che ogni immagine fotografica attiva un processo interpretativo di carattere inferenziale attraverso cui si tende a selezionare "indizi ed elementi visivi" maggiormente in grado, una volta collegati tra loro, di favorire la comprensione di quello che ci viene mostrato ed ho inoltre riflettuto su come tali processi inferenziali varino oltre che da persona a persona a seconda del contesto comunicativo in cui si colloca la tale fotografia. Nel paragrafo successivo mostrerò alcune strategie che vengono utilizzate all'interno del contesto giornalistico per rendere l'immagine fotografica e il suo messaggio meno ambiguo e univocamente percepibile da tutti i suoi destinatari.

1.3. I processi di "contestualizzazione" dell'immagine fotografica

Vale la pena ripetere che le fotografie, prese singolarmente, senza altri ausili comunicativi, spesso non sono in grado di comunicare alcun dato preciso riguardante il tempo (storico), il luogo (geografico) o le persone che sono state ritratte nell'immagine. Molto spesso anzi le fotografie comunicano un messaggio fuorviante, ed è proprio l'assurdità del messaggio in relazione al soggetto rappresentato che creano interesse per quella fotografia. Ma la fotografia da sola non fa informazione. Dove "fare informazione" significa rispondere alle 5 domande fondamentali del giornalismo (chi?, che cosa?, quando?, dove? e perché?). La fotografia non fa informazione perché offre un'immagine imprecisa, o meglio precisissima perché derivata direttamente dalla luce presente in un determinato momento storico, ma molto parziale rispetto a quello che si "dovrebbe" dire per fornire un'informazione completa.

Quindi, per creare senso la fotografia d'informazione ricorre a dei pro-

cessi di significazione che ne contestualizzano e “ampliano” il messaggio fino a renderlo autorevole¹⁶.

Per certi aspetti, i processi di contestualizzazione assumono una forma “esplicita” in quanto utilizzano elementi verbali_ quali ad esempio testi e didascalie_ chiaramente riconoscibili come elementi a supporto della creazione di senso, mentre i processi di “ampliamento” agiscono in maniera “implicita” in quanto fanno leva sulla capacità evocativa e allusiva della fotografia; capacità attraverso cui veniamo rinviiati ad altre immagini per certi aspetti somiglianti a quella di partenza.

1.3.1. La sequenza di fotografie

La sequenza di fotografia implica una progressione logico-temporale degli eventi e questo rende necessaria una distinzione tra i generi di racconto foto-giornalistico. Indipendentemente dall’argomento che il racconto foto-giornalistico affronta esso si distingue in due categorie che derivano dall’ambito della produzione letteraria e che sono la forma racconto e la forma saggio. La principale differenza tra le due è che la prima presenta i fatti secondo una logica sequenziale e temporale, mentre la seconda si interessa a presentare un aspetto, un punto di vista o un’opinione, rispetto all’argomento che presenta, non assume per forza una forma sequenziale e temporale e le immagini vengono utilizzate come argomenti in favore e a sostegno della propria opinione.

L’editor Mike Davis spiega che, secondo il suo punto di vista, una sequenza di fotografie può riguardare un posto, una persona o una situazione, mentre un saggio riguarda un particolare aspetto di molti luoghi, cose o persone. Il primo è quindi più focalizzato su un soggetto reale, con il quale occorre avere un rapporto molto personale ed indagarne appieno tutte le sfaccettature. Il saggio fotografico avrebbe invece l’intenzione di indagare un’idea, un concetto, un aspetto della realtà che viene ritrovato trasversalmente su più soggetti differenti.¹⁷

In tema di distinzioni di tipi di racconto, John Berger attua una distinzione apparentemente uguale a quella di Mike Davis, ma in realtà diversa poiché posta su un altro piano. A differenza di Davis, quindi indipendentemente se il genere del fotoracconto sia il racconto o il saggio, ogni immagine fotografica per Berger è radicalmente ed essenzialmente estranea al fotoracconto

¹⁶ Il termine autorevole è usato questa volta nella sua seconda accezione, ovvero per indicare la capacità di trasmettere un messaggio preciso e chiaro.

¹⁷ Davis, Mike. “The Difference between a Picture Story and a Photo Essay Blog Picture Editor : Photography Consultant : Mentor : Mike Davis.” Ultimo accesso:19/03/2014. <http://www.michaelddavis.com/blog/2010/6/3/the-difference-between-a-picture-story-and-a-photo-essay.html>.

giornalistico, poichè ambigua. La “sequenza” che ha in mente Berger è quindi composta di sole immagini, che conservano intatta tutta la loro ambiguità e la utilizzano per creare collegamenti insoliti tra le immagini. Nella prospettiva di Berger dovrebbero essere la fotografia e il loro carattere ambiguo ad essere il fulcro della storia.¹⁸

In una prima analisi si potrebbe ricondurre la narrazione fotografica alla narrazione cinematografica, trattandosi quest'ultima effettivamente di un susseguirsi di immagini. Tuttavia, come analizza John Berger, la narrazione fotografica è l'opposto di quella cinematografica: le fotografie sono retrospettive mentre il film anticipatore.¹⁹

La messa in sequenza di immagini fotografiche tuttavia porta a percepire uno sviluppo temporale (di per sè non presente nella singola immagine fotografica), e quindi una consequenzialità logica tra le parti, tra le fotografie e gli spazi tra essi, che compongono la sequenza. La messa in sequenza delle immagini può sopperire quindi al carattere “ambiguo” dovuto all' assenza di svolgimento temporale della fotografia. Nel film la situazione è opposta, non vi è la rottura del continuum temporale, anzi, ciò che viene ripreso in un dato momento crea aspettative, suscita nello spettatore la curiosità di sapere ciò che avverrà dopo, poichè infatti, al limite di scelte di suspense o occultamento, esso verrà mostrato allo spettatore.

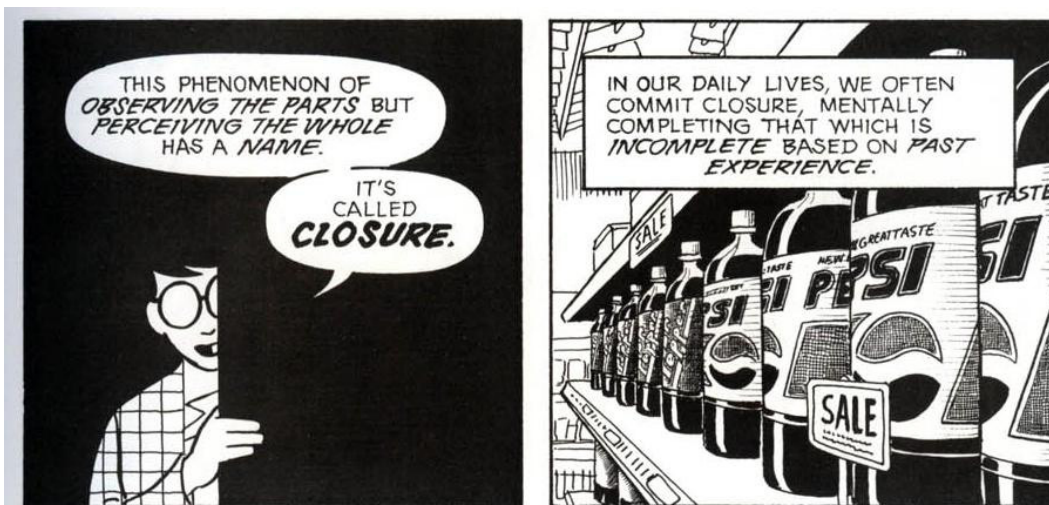
Le fotografie, per la loro caratteristica di rottura della continuità, rottura del fluire naturale del tempo, si nutrono delle apparenze e generano ambiguità, portando a domandarsi che cosa è successo prima? Che cosa ha portato a creare la situazione di cui sto osservando un frammento?

Il criterio generale per la costruzione di una sequenza di immagini sottostà ad un criterio di coerenza logica e, in generale, la sequenza viene costruita a partire dallo sviluppo cronologico che i fatti hanno seguito e mostrano perciò i momenti chiave che hanno segnato lo svolgimento degli eventi nella realtà.

La fotografia è dunque più simile alla memoria. La memoria è il ricordo del passato, essa preserva il passare del tempo. Come la fotografia, la memoria non ricorda intere porzioni di tempo ma discontinui frammenti di una realtà esistita. Inoltre gli elementi di un ricordo sono simili agli elementi di una fotografia, essi rimandano infatti a una interconnessione degli eventi; i singoli frammenti evocano altri singoli frammenti. La memoria è alla ricerca degli istanti rivelatori, e sono solo essi che danno piena ragione alla sua capacità di resistere al fluire del tempo

18 Cfr. Berger, John; Mohr, Jean. “Another way of telling”, Vintage, 1995. p. 287

19 Cfr. Berger, John; Mohr, Jean. “Another way of telling”, Vintage, 1995. p. 279



10. Immagine dal libro: "Understanding Comics". Cfr. McCloud, Scott. "Understanding Comics", Kitchen Sink Press, 1993. pp. 70-72

Tutto ciò avviene sia in una singola fotografia, dove il particolare viene correlato al generale, sia, a maggior ragione, in una sequenza di fotografie. Con una sequenza è possibile accentuare il nesso delle relative affinità, i contrasti e i confronti possono essere molto più ampi e molto più complessi.

La storia raccontata da una sequenza di fotografie, quando non è mediata da altri elementi volti ad arrestarne l'ambiguità, è costituita quindi dalle connessioni invisibili tra le immagini che la compongono. La storia non è quindi una narrazione continua ma è composta da elementi discontinui che danno forma alla narrazione nel momento in cui essi riescono a far dialogare sia i soggetti in essi rappresentati, sia il lettore sia l'autore. È solo attraverso la fusione di queste tre parti che la storia può prendere forma. Il soggetto, il lettore e l'autore devono essere coinvolti nella narrazione ed ognuno deve parlare all'altro in uno scambio continuo di connessioni e di associazioni verso ciò che hanno in comune l'uno con l'altro.

Non vi sono regole per comporre una sequenza e, se c'è n'è qualcuna essa è, come dice Scott Mc Cloud nel suo Understanding Comics, "una scienza inesatta nel migliore dei casi".²⁰

Non vi sono regole poiché le evocazioni e le emanazioni suscitate dall'ambiguità della fotografia sono altamente soggettive. Vi sono però, ad esempio nel racconto fumettistico alcune convenzioni per quelle che vengono definite come transizioni tra diverse immagini. Queste transizioni

²⁰ McCloud, Scott. Understanding Comics. Kitchen Sink Press, 1993.p.32

sono mostrate di seguito:

1. Momento-Momento

la connessione è data da una brevissima scansione temporale e dalla scomposizione del movimento, si può dire che rappresentino gli attimi consecutivi di un'azione, come i fotogrammi di un film.

2. Azione-Azione

la connessione è data dall'unicità dell'azione e del soggetto, dove il personaggio è rappresentato nelle fasi cruciali dell'azione compiuta.

3. Soggetto-Soggetto

la connessione è data dall'unicità dell'azione, della quale vengono rappresentati tutti gli attori che sono coinvolti, sia volontariamente che involontariamente.

4. Scena-Scena

la connessione è più debole, poiché fondata solo sulla storia, ma può essere di difficile interpretazione poiché implica un grosso salto sia nel tempo che nello spazio.

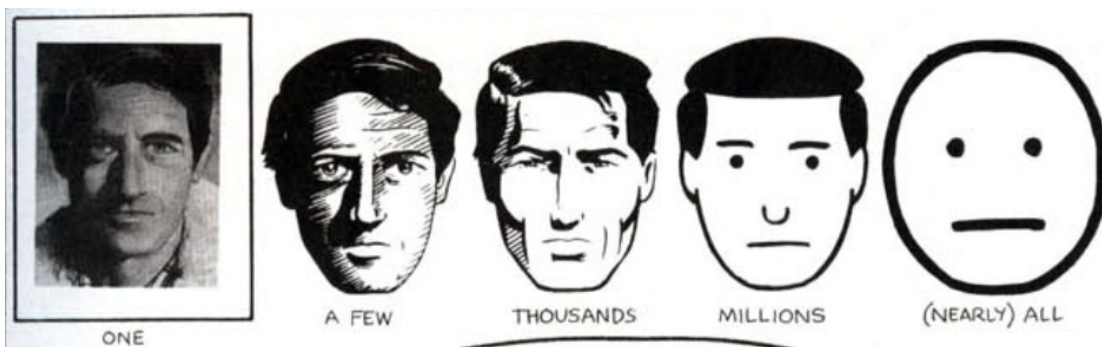
5. Aspetto-Aspetto

la connessione è fondata sugli stati d'animo, sull'atmosfera o sull'idea. Il tempo non ha importanza e sono rappresentati elementi chiave di una scena che possono servire a caratterizzarne l'atmosfera. Come un occhio che vaga all'interno di una scena e si sofferma solo su alcuni particolari; quei particolari sono, nella memoria della persona, quelli che ricorderanno quella determinata situazione.

6. Non sequitur

Non vi è nessuna connessione logica tra gli elementi della sequenza. Tuttavia la giustapposizione di due immagini difficilmente non evoca nel lettore alcun tipo di connessione, sia pure essa molto personale.

Ciò che sta alla base delle connessioni tra due immagini nel fumetto è l'idea di completamento del non detto, la cosiddetta "closure". Essa è una reazione naturale del nostro cervello che permette senza sforzo di immaginare l'azione e la scena per intero anche se di essa ne sono rappresentati



11. Immagine dal libro: “Understanding Comics”. Cfr. McCloud, Scott. “Understanding Comics”, Kitchen Sink Press, 1993. p. 80

solo alcune viste parziali (fig.10).

Il fumetto, come la fotografia, fornisce una visione segmentata del tempo. L’ambiguità che ne scaturisce fornisce lo spunto al lettore per una personale interpretazione di ciò che avviene negli spazi bianchi, ovvero tra una vignetta e l’altra.

Altro elemento fondante del fumetto è l’icona. L’icona è una rappresentazione della realtà secondo il valore di somiglianza che ha con essa. Proprio secondo la scala della somiglianza, si possono catalogare diversi tipi di icona, a seconda che essi siano più realistici o più stilizzati o, per dirla con Scott McCloud, le icone si dispongono nel triangolo creato da realtà, significato e figura. L’icona stilizzata è molto usata nel fumetto poiché quanto più essa è imprecisa (nei confronti di una rappresentazione realistica) quanto più è la rappresentazione di un concetto (fig.11). Essa non rappresenta più un singolo caso, una singola persona, ma rappresenta l’insieme di tutte le persone, consentendo una maggiore immedesimazione e coinvolgimento del lettore.

Nel fumetto, ancor più che nella fotografia, si lascia spazio all’immaginazione, all’interpretazione del lettore, sia per quanto riguarda il completamento dell’azione, sia per il completamento della figura stilizzata. Si può dire che queste siano regole non scritte, che in qualche modo aiutano i fumettisti a raccontare la storia, permettendo il fluire dell’azione, seppure essa venga declinata secondo innumerevoli stili diversi.

Tuttavia, a differenza della fotografia, la storia nel fumetto è una realtà rappresentata, ovvero una traduzione della realtà, che sia essa esistita o inventata. La traduzione implica quindi una maggiore libertà nella scelta del punto di vista, dell’attimo esatto, dei particolari di scena, poiché l’elemento temporale è dilatato e non più fuggevole come nello scatto rubato

alla realtà.

Nonostante in linea teorica non esistano regole per la costruzione della sequenza di fotografie, alcune linee guida sono andate via via affermandosi. Il criterio che ha portato alla realizzazione di queste linee guida è un criterio che si basa sulla suddivisione delle immagini a seconda dei “piani” dell’inquadratura e, in particolare, dell’“angolo di campo” che con queste si è in grado di ottenere. Seguendo queste linee guida si ottiene una sequenza che segue la struttura più generale del racconto.²¹

In base a queste linee guida standard, le immagini di apertura di un racconto foto-giornalistico dovrebbero avere l’obiettivo di introdurre lo spettatore all’evento che si intende narrare e dovrebbero offrire una prima e generale descrizione del luogo e delle persone coinvolte. Per questo le immagini di apertura di un racconto foto-giornalistico sono generalmente “panoramiche” che offrono una visione generale e poco dettagliata dell’evento in questione. Nello specifico queste immagini sono realizzate con angoli di campo molto ampi e, quando possibile, da punti di vista elevati.²²

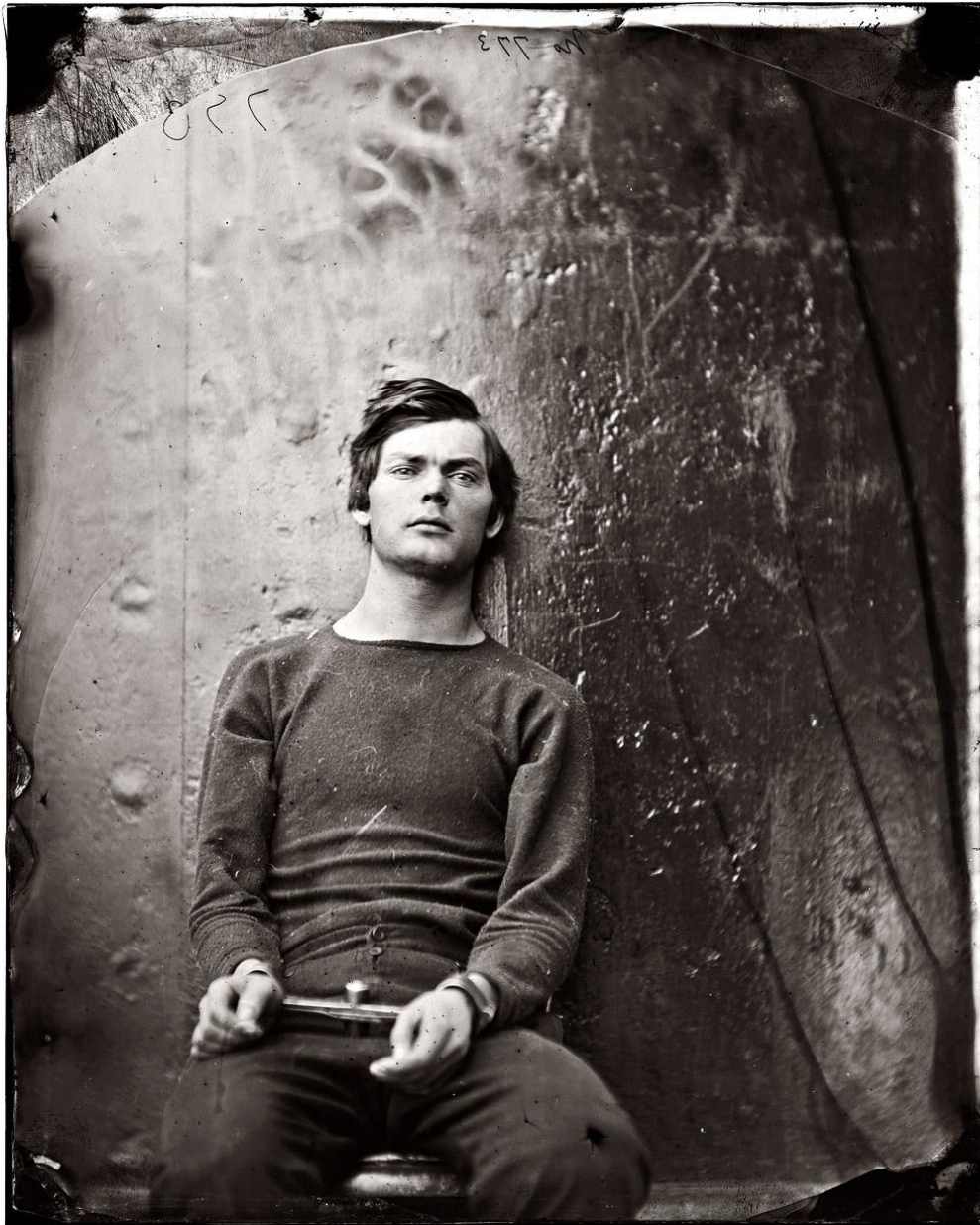
Sempre secondo queste linee guida, il racconto vero e proprio dovrebbe essere realizzato con scatti in “campo medio”. Questi infatti sono in grado di mostrare chiaramente le azioni dei personaggi coinvolti e la relazione che questi intrattengono tra loro e con l’ambiente in cui agiscono. Gli scatti in campo medio, dall’angolo di campo cosiddetto normale, permettono al destinatario di comprendere più specificamente quanto sta avvenendo e gli permettono di creare relazioni di senso tra gli oggetti e le persone presenti nella scena. Soddisfatte le esigenze generali, il racconto può concentrarsi sui dettagli. La descrizione dei dettagli di una scena vengono realizzate da punti di vista molto ravvicinati, i cosiddetti primi piani. Questi pongono lo spettatore in relazione intima con gli eventi e i personaggi della storia ed aggiungono drammaticità al racconto degli eventi.

Sempre a riguardo delle regole tradizionali e generali per la realizzazione di una sequenza si dica che esse non riguardano esclusivamente la creazione di collegamenti logici tra un’immagine e la successiva, ma presuppongono anche un elemento narrativo che renda coerente la sequenza.

Questo elemento narrativo si basa su una regola definibile come problema-soluzione. In generale, il protagonista, sia esso un individuo o un grup-

21 Per un approfondimento dei concetti di inquadratura, “piano fotografico” e angolo di campo si rimanda a: Blaker, Alfred. “Fotografia. Arte e Tecnica”. Zanichelli, 1988.

22 Per una panoramica esaustiva delle tecniche per la creazione di un racconto foto-giornalistico si consiglia la lettura del testo di Kenneth Kobre intitolato: “Photojournalism. The professionals’approach”. Cfr. Kobre, Kenneth. “Photojournalism. The professionals’approach”. Focal press, 2013.



12. Gardner, Alexander, Lewis Payne, 1865

po di persone, si confronta con una situazione problematica, di carattere pratico o intellettuale, che lo spingono alla ricerca di soluzioni in grado di ristabilire l'equilibrio reso precario dall'insorgere del problema.

A differenza di una storia scritta, una narrazione per immagini richiede oltre ad un problema e ad una soluzione anche "azioni" che possano essere fotografate. In particolare, il problema e la sua soluzione devono essere azioni visibili e non possono solo essere "interne". Un cambiamento psicologico del protagonista è infatti difficilmente descrivibile attraverso

l'immagine fotografica la quale difficilmente è in grado di descrivere una situazione "interna". Il soggetto quindi dovrà essere in grado di risolvere il suo problema attraverso "azioni" in grado di essere fotografate.

1.3.2. Testo e immagini

Nel rapporto tra fotografia e parola, l'immagine è l'elemento che chiede una significazione e la parola generalmente la fornisce. Le parole, d'altro canto, ricevono dalla fotografia un valore aggiuntivo di irrefutabilità del significato da esse veicolato. L'unione tra di esse diventa molto forte, insieme consentono di rispondere ad una domanda aperta con una risposta assolutamente esaustiva.

Si analizzi innanzitutto il valore e l'importanza delle didascalie in accompagnamento alla fotografia.



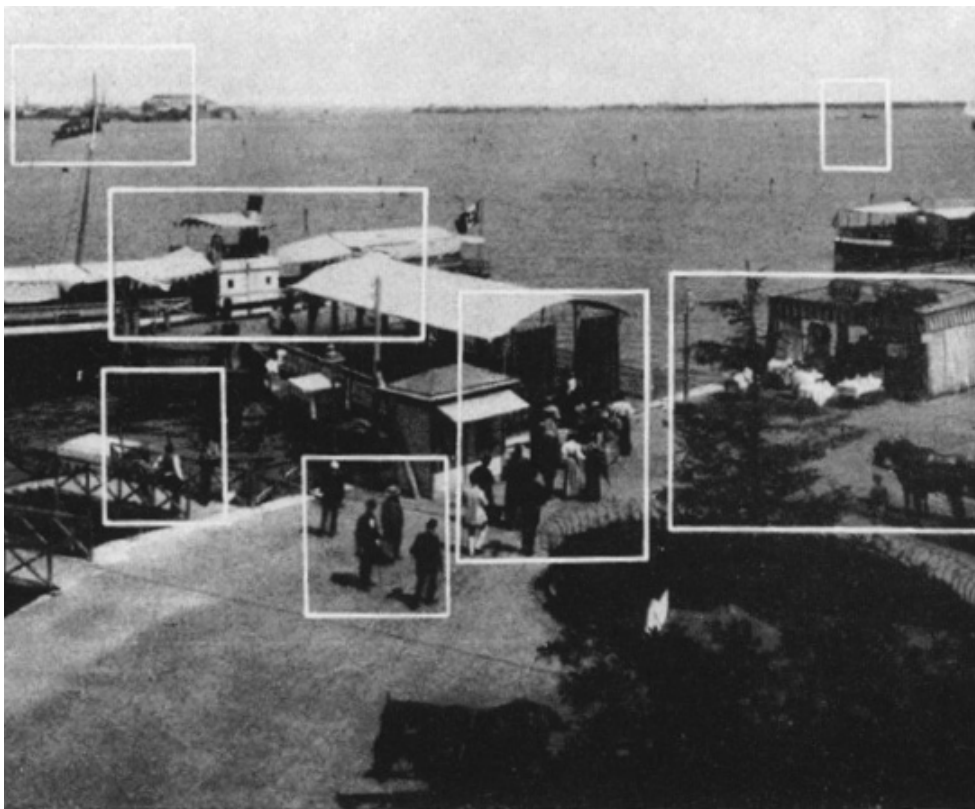
13. Hine, Lewis; "Manuel" Biloxi, Mississippi, Feb 20, 1911.

La didascalia recita: "Manuel, the young shrimp-picker, five years old, and a mountain of child-labor oyster shells behind him. He worked last year. Understands not a word on English".

Cfr. Hine, Lewis Wickes, and Lee Gallery (Winchester Mass.). "Lewis Hine: Child Labor 1908-1916 and Other Photographs". January, 1998, Lee Gallery. The Gallery, 1998.

Esse servono a collocare nello spazio e nel tempo una determinata immagine, conferendo una importante indicazione sulla sua interpretazione. Celebre caso di fondamentale importanza della didascalia è la foto di Alexander Gardner che ha come soggetto Lewis Payne (fig.12).

La foto ritrae il giovane, dopo che, nel 1865, ha tentato di assassinare l'allora segretario di Stato americano W. H. Seward. Ciò che si vede nella fotografia è Lewis Pane, ammanettato, seduto su una sedia, appoggiato contro un muro rovinato e con lo sguardo fisso nell'obiettivo della fotocamera. La fotografia è già molto drammatica di per sé, a causa dello sguardo penetrante dell'uomo, che ha un misto di sfida e preoccupazione veramente interessante. Ciò che però la foto non dice è che egli si trova all'interno di una cella, ammanettato perchè sta aspettando la propria impiccagione.



14. Munari, Bruno. "Fotocronache". Domus, 1944.

La foto assume in tal modo una vena ben più drammatica di quella che avrebbe senza didascalia. Sebbene la foto "parli" già da sola, collocando la fotografia nello spazio e nel tempo si racconta veramente una storia, non si tratta più solo di impressioni e deduzioni, ma si aggiunge verità a ciò che si sta guardando, rendendo quella foto un tassello, una testimonianza di una storia più grande.

Oltre a spazio e tempo nella didascalia ciò che può fare la differenza è il nome o il titolo del soggetto inquadrato. Il nome proprio di persona avvicina-

na lo spettatore al soggetto, influenzando la sua percezione e aumentando la consapevolezza della veridicità di ciò che si sta osservando.

Lo sa bene Lewis Hine che, nel 1911, sceglie la fotografia come mezzo di denuncia verso lo sfruttamento minorile, allora molto diffuso negli Stati Uniti. E non sceglie solo la fotografia, ma utilizza la didascalia per rendere “veri” i bambini fotografati, dando loro un nome e descrivendo il loro lavoro e il loro vissuto. Facendo ciò crea un messaggio, utilizzando le parole di Debora L. Smith-Shank, “ridondante ma di rinforzo”²³ verso ciò che vuole esprimere attraverso la fotografia: la denuncia di una situazione a suo avviso inaccettabile (fig.13).

Anche la descrizione di ciò che si sta vedendo può cambiare la percezione, ma essa dovrà essere legata alla tematica che si vuole sviluppare nel progetto: ad esempio, se il progetto tratta la varietà di cappelli presenti in Italia, oltre al luogo, la didascalia è importante che abbia il nome del cappello raffigurato e sarebbe invece inutile inserire il nome e cognome dell'indossatore.

Bruno Munari in *Fotocronache*²⁴ (fig.14) svela attraverso un artificio tutta l'importanza e l'influenza che possono avere le parole nei confronti dell'immagine. Il racconto traccia la visita a Inez, l'isola dei tartufi e le parole sono a corredo delle immagini, ne arricchiscono il significato aggiungendo informazioni. Descrivono la visita all'isola, le abitudini dei suoi abitanti, i posti da vedere e alcuni dialoghi avvenuti con dei barcaioli.

L'immagine fotografica attesta che tutto ciò che viene descritto dalle parole è reale, anche se in esse non è rappresentato esattamente ciò che viene detto, ma solo qualcosa di simile, di evocativo, di ambiguo. Tuttavia leggendo quelle parole sembra che stiano descrivendo esattamente ciò che si vede nelle fotografie, che con le parole si stia raccontando la stessa esperienza con due mezzi diversi. Ma non è così; le parole raccontano esclusivamente proiezioni, pensieri e associazioni derivanti dalle immagini. Le immagini, infatti, non sono altro che ingrandimenti di sezioni di un'unica immagine scattata chissà dove, non certo a Inez l'isola dei tartufi, perché essa non esiste.

23 Smith-Shank, Deborah. “Lewis Hine and His Photo Stories: Visual Culture and Social Reform.” *Art Education*, March 2003.

24 Munari, Bruno. “Fotocronache”. *Domus*, 1944.

1.4. I processi di “ampliamento” dell’immagine fotografica

1.4.1. L’intertestualità

L’intertestualità è una caratteristica intrinseca di ogni testo e consiste nella capacità di rinviare e rimandare lo spettatore ad altri testi simili.

Nel campo della comunicazione visiva l’“intertestualità” può essere definita come la capacità di un’immagine di richiamare alla mente altre immagini che condividono con la prima alcune caratteristiche formali o iconografiche.

È attraverso questa capacità di rinvio ad altri testi fotografici, capacità che in accordo con il noto semiologo francese Gerard Genette²⁵ ho definito “intertestuale”, che la fotografia riesce ad esprimersi con autorevolezza²⁶. Probabilmente, se ogni fotografia vivesse “isolata” dal resto delle altre immagini e non fosse accompagnata da altri elementi di ampliamento e contestualizzazione essa apparirebbe insignificante, addirittura tautologica.

L’intertestualità è quindi un processo di significazione che opera attraverso il richiamo e il rinvio, in forma più o meno esplicita, ad altre opere antecedenti, siano esse altre fotografie, opere di pittura o cinematografiche o altre. L’intertestualità deriva dalla transtestualità la quale è una proprietà appartenente ad ogni testo. La transtestualità di cui l’intertestualità è uno dei modi in cui si rivela è la capacità di un testo di trascendere se stesso e collegarsi ad altri al fine di creare significato.

Da questo punto di vista la fotografia è sempre di per sé intertestuale; essa ha infatti sempre almeno due testi a cui rimandare: il reale e la rappresentazione mentale che di esso ci siamo fatti. In parole estremamente semplici, ogni fotografia possiede almeno due referenti: il primo referente è il reale mentre il secondo sono tutte quelle immagini che affiorano e vengono evocate, attraverso processi di tipo inferenziale, alla nostra mente.

Si dica che esistono immagini che sono maggiormente in grado di altre di creare rimandi e collegamenti di carattere intertestuale. In maniera estremamente generale si può dire che alcune fotografie, per via delle loro qualità formali e iconografiche, sono maggiormente in grado di altre di rimandare lo spettatore ad altre immagini presenti nella sua memoria ed enciclopedia visiva.

²⁵ Cfr. Genette, Gérard. “Palinsesti. La letteratura al secondo grado”, Torino, Biblioteca Einaudi, 1981.

²⁶ Questa volta con “autorevolezza” ci si riferisce alla seconda accezione del termine.

Inoltre, non solo l'immagine nella sua totalità è in grado di attuare processi cognitivi intertestuali bensì anche ogni elemento, quindi ogni sua "porzione", è in grado di evocare alla mente altre immagini in un ciclo potenzialmente infinito di rimandi e collegamenti consci o meno.

Questi elementi di rimando e rinvio sono ovviamente diversi a seconda dell'enciclopedia visiva dello spettatore.

Se quindi, quando osserviamo un'immagine, o una porzione della stessa, si attiva un processo, conscio o inconscio, che tende a richiamare alla nostra mente altre immagini che condividono con la prima aspetti di somiglianza, analogia e così via, allora, la forte diffusione dell'immagine fotografica, caratteristica della società in cui viviamo, non fa altro che ampliare a dismisura la quantità di possibili rinvii e collegamenti.

L'intertestualità avviene sempre attraverso l'imitazione di un modello ed esige la costituzione preliminare di un modello di competenza generica in grado di generare un numero infinito di realizzazioni mimetiche. Ciò significa che per far sì che un testo si metta in relazione, manifesta o segreta, con altri testi è necessario che l'autore acquisisca una padronanza, almeno parziale, di quei tratti che ha scelto di imitare.

1.4.1.1. La citazione e l'allusione

L'intertestualità avviene quindi attraverso un processo di imitazione la quale a sua volta può avvenire attraverso la pratica della citazione o dell'allusione.

Genette definisce così la citazione:

Una relazione di copresenza fra due o più testi, vale a dire, eideticamente e come avviene nella maggior parte dei casi, come la presenza effettiva di un testo in un altro testo. Nella sua forma più esplicita e più letterale si tratta della pratica tradizionale della citazione (con le virgolette, con o senza riferimento preciso); in forma meno esplicita e meno canonica, del plagio, che è un prestito non dichiarato ma ancora letterale; in forma ancor meno esplicita e meno letterale si tratta dell'allusione, ovvero di un enunciato la cui piena intelligenza presuppone la percezione di un rapporto con un altro enunciato al quale rinvia necessariamente l'una o l'altra delle sue inflessioni [...].²⁷

²⁷ Genette, Gérard. "Palinsesti. La letteratura al secondo grado", Torino, Biblioteca Einaudi, 1981. p. 4



15



16

15. Anonimo, fotografia dell'esercito americano, esplosione dell'Uss (nda. United States Ship) Shaw, Pearl Harbor, 7 dicembre 1941.

16. Platt, Spencer via Getty Images. L'immagine simbolo dell'attacco aereo alle Torri Gemelle dell'11 settembre 2001.

Mentre in ambito letterario la citazione utilizza una simbologia definita e riconoscibile: il sistema virgolette-nota-autore, nel testo fotografico la citazione non viene indicata attraverso nessun segno grafico “aggiunto”, ma avviene, per così dire, in maniera invisibile.

A conferma di quanto affermato riguardo l'intertestualità fotografica riporto il caso foto-giornalistico dell'attentato alle Torri Gemelle del 2001. Il caso mostra infatti in maniera chiara come sia stato messo in atto dai media giornalistici internazionali un processo di rimando e collegamento intertestuale tra le immagini dell'attacco alle Torri Gemelle e le immagini dell'attacco di Pearl Harbor del 1941 (figg.15-16).

Infatti, il racconto visivo che i media giornalistici internazionali hanno realizzato per rappresentare l'attacco aereo alle Torri Gemelle di New York del 2001 ha fatto leva sulla somiglianza formale e iconografica che queste condividevano con alcune immagini scattate durante l'attacco di Pearl Harbor del 1941. In particolare, la somiglianza formale e iconografica tra i reportage dei due eventi ha dato vita a una rappresentazione fortemente “strumentale” degli eventi.

Questa “intertestualità” è resa evidente se si osserva la forte somiglianza formale tra la fotografia dei tre pompieri che issano la bandiera americana tra le macerie del World Trade Center, scattata da Thomas Franklyn, e l'immagine-icona di Joe Rosenthal in cui sei marines innalzano la bandiera a stelle e strisce sull'isola di Iwo Jima nel febbraio del 1945. Allo stesso modo, la nuvola di fumo nel cielo di Manhattan dopo gli attentati è stata largamente comparata a quella che sessant'anni prima si era alzata sopra Pearl Harbor, dopo l'attacco giapponese (figg.17-18).

Come sostiene Cheroux nel suo saggio “Diplopia”, a cui mi sono ampiamente riferito per la redazione di questo caso studio, le immagini utilizzate dai media hanno ricorso all'intertestualità, cioè a quella capacità che le immagini fotografiche hanno di rimandare contemporaneamente al fatto rappresentato e *a qualcos'altro* attraverso la memoria visiva collettiva, per stabilire un'interpretazione degli eventi e per generare nel destinatario una serie di emozioni e sentimenti specifici.

Inoltre, il saggio di Cheroux definisce il fenomeno percettivo che ha guidato la visione delle immagini fotogiornalistiche dell'attentato del 2001 nei termini di un difetto della vista: la diplopia. Questo difetto della vista ha come sintomo la percezione di due immagini per un solo oggetto. Da sintomo di un disturbo ottico, che dovrebbe compromettere la visione e in senso ampio la comprensione, la diplopia si rivela quanto mai preziosa, dato che solo percependo questo implicito sdoppiamento, questo scollamento del



17



18

17. Rosenthal, Joe, sei marines nell'atto di issare la bandiera americana a Iwo Jima, 23 febbraio 1945.

18. Franklyn, Thomas, tre pompieri issano la bandiera americana sulle macerie del World Trade Center, 11 settembre 2001.

significante, è possibile assumere le immagini che ci circondano con il dovuto spirito critico e l'adeguata consapevolezza.²⁸

A questo punto appare utile ripercorrere, in maniera estremamente sintetica, il percorso che ha permesso all'immagine di Iwo Jima e a quella dei pompieri di Ground Zero di trasformarsi in icone²⁹ dei valori nazionali americani di libertà e patriottismo. Solo in seguito a ciò si riuscirà infatti a comprendere perchè le tali immagini abbiano rivestito un ruolo centrale nella comunicazione e nella rappresentazione dell'11 settembre 2001.

L'attacco di Pearl Harbor ebbe luogo il 7 dicembre 1941 quando le forze aeronavali giapponesi attaccarono la flotta e le installazioni militari statunitensi stanziate a Pearl Harbor, nelle isole Hawaii. L'operazione fu attuata in assenza della dichiarazione di guerra da parte giapponese, che fu formalizzata soltanto ad attacco iniziato. In seguito all'attacco gli Stati Uniti decretarono la loro entrata in guerra e poco dopo bombardarono e conquistarono l'isola di Iwo Jima aprendosi la strada per la conquista del Giappone. Inoltre, l'attacco di Pearl Harbor rappresenta un fatto particolare nella storia e nella memoria americana in quanto fu il primo attacco militare condotto da una nazione straniera sul territorio americano (esclusi ovviamente gli attacchi condotti ai loro danni dalle popolazioni indiane). Quindi collegare l'attacco di Pearl Harbor con l'attacco alle Torrigemelle non è un'operazione del tutto illecita in quanto entrambe gli eventi condividono aspetti di somiglianza: sono entrambe attacchi violenti e omicidi condotti sul territorio americano da forze nemiche senza "preavviso" e senza alcun motivo apparente.

La fotografia di Iwo Jima fu scattata da Joe Rosenthal, un operatore dell'Associated Press, il 23 febbraio 1945, nei primi giorni di quello che doveva diventare uno degli eventi più sanguinari del Secondo conflitto mondiale. Contrariamente a ciò che viene sovente affermato dalla leggenda, l'immagine di Rosenthal non fissa nè la conquista dell'isola, nè la vittoria sul nemico. L'assalto doveva infatti ancora protrarsi per un mese, con l'uccisione dei 21000 soldati giapponesi trincerati sull'isola, causa dei 25000 feriti americani di cui 7000 a morte. Dopo tutto, tre dei sei marines, il cui gesto fu fissato da Rosenthal, persero la vita nei giorni successivi. Nonostante ciò la sua fotografia divenne un'icona positiva: per gli americani

²⁸ Cfr. Cheroux, Clement. "Diploia". Einaudi, 2010. p.5.

²⁹ Definiamo icona ciò che comunica e si esprime per somiglianza: «qualunque figura o raffigurazione di relazioni fra qualità di qualsiasi genere e complessità. [...] L'icona da sola determina per somiglianza una certa associazione di idee, che hanno almeno un carattere uguale alla prima». Cfr Bonfantini, Massimo A. "Breve corso di semiotica", Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 2000. p. 23

simbolizza insieme la vittoria sul Giappone e la rivincita su Pearl Harbor.³⁰

La fotografia di Thomas Franklyn mostra alcuni pompieri nell'atto di innalzare la bandiera americana nel bel mezzo delle rovine del World Trade Center. Questa si presenta quindi come un'immagine successiva, posteriore allo choc iniziale certificato dalle fotografie di fuoco, fiamme, fumo e rovina. Si oppone inoltre a quelle immagini di distruzione dato che mostra il simbolo dell'orgoglio nazionale_l'Old Glory (così è soprannominata la bandiera americana)_risorta dalle ceneri come una fenice. Come quella di Rosenthal è diventata un'icona "positiva" utilizzata per comunicare i valori e l'identità americani: "Ground Zero Spirit", in questo modo fu battezzata l'immagine, divenne in pochissimo tempo una vera icona nazionale.

La capacità evocativa di questa immagine deriva innanzitutto dalla rassomiglianza formale al suo ipotesto³¹: una diagonale assai pronunciata e le silhouette delle persone che si stagliano su uno sfondo relativamente omogeneo. La fotografia di Ground Zero viene così descritta come un'immagine "nello stile di Iwo Jima".

Un'altra analogia è quella tra i soggetti: gli uomini in uniforme_marines in un caso, combattenti del fuoco nell'altro_intenti a distendere la bandiera americana durante una situazione critica. Quando l'accostamento delle due immagini non deriva da una questione di forme o di soggetti il rimando tra i due testi fotografici si instaura "a partire da una simbolica comune".³²

In questo quindi consiste la forza dell'intericonicità, l'immagine "Ground Zero Spirit"³³, evoca l'immagine di Iwo Jima e così facendo ne riattualizza i valori "positivi" di cui essa è portatrice nella cultura, nella memoria e nell'identità americana.

L'analogia visiva tra le due immagini dà luogo ad un preciso significato e ha offerto una solida base per una serie di manipolazioni di carattere

30 Stando a certi esperti, l'immagine di Rosenthal è diventata la fotografia più riprodotta della storia visiva degli Stati Uniti. Questa, insignita del noto e prestigioso premio Pulitzer, venne utilizzata dall'esercito navale americano per le sue campagne di reclutamento e anche all'interno della campagna di raccolta fondi_Seventh Worth Loan_(ndr. Settimo Prestito di guerra) per finanziare lo sforzo bellico; in quest'occasione apparve su 3,5 milioni di poster e 15000 manifesti. Ancora, durante l'estate del 1945, venne emesso un francobollo con l'immagine di Rosenthal il quale fu diffuso in 150 milioni di esemplari.

31 L'ipotesto è il testo antecedente, archetipico, "di partenza", a cui i testi susseguenti si ispirano e si rifanno.

32 Cfr. Cheroux, Clement. "Diplopia". Einaudi, 2010. p. 79

33 In maniera simile all'immagine di Rosenthal, Ground Zero Spirit divenne un francobollo e fu messo in commercio nel 2002. Ancora, la fotografia venne riprodotta su poster i cui proventi erano destinati ai familiari delle vittime. Nei mesi successivi all'attentato fu l'immagine più riprodotta sui diversi gadget commemorativi venduti nei pressi di Ground Zero, nei negozi di souvenir e su Internet.

mediatico e politico più o meno esplicite. In particolare, tracciare una somiglianza tra i due eventi ha permesso al governo degli Stati Uniti di sostenere la necessità di intervento militare contro coloro ritenuti presunti colpevoli dell'attentato terroristico. Come Pearl Harbor aveva imposto e sostenuto l'entrata in guerra degli Stati Uniti durante il secondo conflitto mondiale così l'attacco aereo dell'11 settembre ha imposto agli Stati Uniti di entrare in guerra contro l'Iraq e l'Afghanistan, nazioni "presunte" alleate del movimento terroristico Al Qaeda il quale fu considerato come il mandante dell'attentato.

Franklyn fu sommerso da premi e la sua esclusione dal premio Pulitzer del 2012 scatenò una vasta campagna d'indignazione. Tuttavia, "Ground Zero Spirit" divenne in pochissimo tempo una vera icona nazionale.

A differenza delle immagini delle torri infuocate o in macerie, quasi mai utilizzate per oggetti di questo tipo, l'icona di Franklyn fu al cuore di un processo di mercificazione e di "kitchificazione" dell'11 settembre.

Non avrei mai immaginato_dice Franklyn_ che la mia fotografia sarebbe stata utilizzata in questo modo: decorazione dell'albero di natale, ritagliata sulle zucche di Halloween, sotto forma di statuette, medaglia, gioiello, T-shirt, targhe commemorative tutto quanto senza alcuna autorizzazione.³⁴

Come ogni icona, la fotografia di Ground Zero fu oggetto di molteplici utilizzi. Venne dipinta sui muri delle caserme. Servì da modello per numerose sculture erette in diverse città americane. Venne pure trasformata in statua di cera presso il Wax Museum di New York, in vetrata nel Texas e in mosaico composto da perline colorate nel Kansas. In fondo, la disseminazione epidemica, le appropriazioni di ogni genere, i détournement mercantili e anche la messa in discussione dell'autenticità sono tradizionali tappe che segnano il percorso di ogni immagine di successo.³⁵

Ora è utile domandarsi quale significato abbia per la stampa il ricorso ad immagini a forte valore iconico. Nel contesto dell'11 settembre, il riferimento a immagini storiche è stato prima di tutto un modo per sottolineare la gravità degli eventi. Avvalendosi di un meccanismo psicologico collaudato

34 Cfr. Cheroux, Clement. "Diplopia". Einaudi, 2010. p.73

35 Il gesto dei tre pompieri fotografati da Franklyn fu anche rimesso in scena durante i campionati di Baseball (World Series 2001) o di football americano (Superbowl, 2002). In più, la stessa immagine ha generato diverse varianti. Ad esempio infatti, in Afghanistan e poi in Iraq, ogni alzabandiera divenne per i reporter l'occasione per reiterare la fotografia di Franklyn. Un esempio tra i tanti: una fotografia diffusa dalla Associated Press, nel novembre del 2001, è accompagnata dalla seguente didascalia: " Due soldati americani [...]alzano la bandiera a stelle e strisce in una base nel sud dell'Afghanistan, alla maniera dei soccorritori newyorchesi sulle rovine del World Trade Center".

to attraverso cui si conosce meglio ciò che si conosce già, la reiterazione degli schemi visivi appartenenti al passato doveva aiutare a cogliere in maniera adeguata la portata storica della situazione. L'intericonicità sembra essere servita, prima di tutto, per convocare la storia. Questa convocazione della storia ha favorito ed è stata utilizzata come strumento per interpretare i fatti.

La fotografia di Franklyn è la traccia indiziaria di una situazione reale: tre pompieri issano una bandiera tra le macerie del World Trade Center. Nello stesso tempo, essa rinvia inevitabilmente a un'altra entità visiva: sei marines dispiegano la bandiera a stelle e strisce a Iwo Jima. In questo modo, l'immagine di Ground Zero mette all'opera una forma di doppia referenzialità: la prima è indiziaria (Barthes), la seconda è iconologica (Panofsky).

La diffusione massiccia dei clichè che rimandano a Pearl Harbor o a Iwo Jima_sostiene Cheroux_ ha confortato l'idea che la sola risposta appropriata agli atti terroristici fosse quella militare, permettendo connessioni nei confronti della storia americana insieme inquietanti e rassicuranti.³⁶

Anche i titoli e gli elementi verbali degli articoli della stampa internazionale hanno contribuito in maniera analoga alle immagini fotografiche a stabilire un collegamento tra i due eventi. Ad esempio, il termine "infamia" è stato ampiamente utilizzato dai giornali e ha richiamato l'utilizzo che ne fece il presidente Franklin Delano Roosevelt, il quale lo utilizzò all'interno della locuzione "giorno d'infamia", per descrivere l'attacco di Pearl Harbor.



19. Anonimo. Immagine della mostra "Here is New York. A democracy of photographs".

³⁶ Cfr. Cheroux, Clement. "Diplopia". Einaudi, 2010. p. 89

La costruzione dell'immaginario di un evento passa attraverso numerosissimi filtri, spesso indipendenti dalle volontà dei fotogiornalisti stessi. Ciò che lo spettatore vede è sempre una mediazione, il frutto di una scelta, un intento comunicativo preciso. E questo si fa più evidente con i nuovi media ma rimane il risultato di un processo evolutivo derivante da situazioni precedenti in cui magari cambia il mezzo ma non il metodo, il processo e soprattutto il risultato.

La struttura che costituisce la narrazione per immagini ha ormai superato da tempo il punto dal quale non è più possibile tornare indietro, almeno da quando la rappresentazione si è manifestata attraverso la pittura creando un sistema ipoiconico a cui la fotografia d'informazione fa riferimento. Il sistema quindi è mutato, si è evoluto, ha rispettato il processo dinamico che lo caratterizza.³⁷

“Here is New York. A democracy of photographs” è un esempio di controinformazione visiva.

Il progetto ebbe infatti come obiettivo quello di offrire una rappresentazione visiva “alternativa” a quella che i giornali offrono degli attentati dell'11 settembre. Al contrario di quanto era avvenuto sui giornali, gli organizzatori di “Here is new york. A democracy of photographs” si posero infatti l'obiettivo di mostrare la complessità dell'avvenimento conservando la pluralità degli sguardi e la diversità di rappresentazioni che l'evento aveva generato.

Nel concreto, gli organizzatori chiesero a fotografi, sia professionisti che amatori, di inviare le immagini da loro realizzate durante i giorni dell'attentato. Le moltissime immagini ricevute dalla redazione di “Here is New York” sono state tutte stampate in ugual formato ed esposte in maniera identica, senza il nome dell'autore, durante la mostra omonima inaugurata da Alice Rose George, Gilles Peress, Michael Shulan e Charles Traub nei giorni successivi all'attentato in uno spazio espositivo nel cuore del quartiere new-yorchese di Soho, quartiere che si trova a pochi chilometri di distanza dal luogo in cui si ergevano le Torri Gemelle (fig.19).

In seguito all'enorme successo della mostra (che nella primavera del 2002 aveva raccolto ben 7000 fotografie, 750000 visitatori e aveva venduto 600000 stampe) venne allestito un sito Internet e pubblicato un libro.

Certo, nella mostra e sul libro troviamo immagini di esplosioni, nuvole,

³⁷ Alocci, Tiziana, “L'intertestualità nel foto-giornalismo. Tipi visuali: dal foto-giornalismo professionale al foto-giornalismo diffuso”. Tesi di laurea, Politecnico di Milano, A.A. 2013-2014.



20



21



22

20-21-22. Alcuni "fermi immagine" dal film "l'Odio". Regia di Matthieu Kassovitz, 1995.

23



24



25



23-24-25. Alcune delle immagini del reportage "Suburbia" di Arnau Bach.
Bach, Arnau, <http://www.arnaubach.es/suburbia/>; ultimo accesso 01/04/2016.

rovine, pompieri o bandiere, con il loro indubitabile valore d'icona, ma, a differenza di quanto è avvenuto sulla stampa, nulla è stato fatto affinché le tale immagini accedessero allo statuto d'icona. Al contrario, esse sono indifferentemente associate ad altre foto, meno stereotipate, più ordinarie, talvolta anche intime. Tutto questo dona agli eventi una dimensione più umana. Mentre la stampa ha mostrato principalmente la città e i danni inflitti agli edifici, qui sembra vi sia maggior spazio per l'individuo, la sua disperazione, la sua sofferenza, le sue ferite. L'umano ha la meglio sull'urbano. Per di più, le immagini più violente non sono state posate nelle pagine interne o ridotte a formati da vignetta, come sui giornali. Qui appaiono in mezzo alle altre, condividono la stessa visibilità. Per tutti questi motivi, il progetto dona, in effetti, una visione più democratica dell'11 settembre. Offre perciò una vera alternativa al discorso mediatico, talmente egemonico e monolitico che alcuni non esitano a considerarlo "totalitario"; anche se, facendo appello a un neologismo, sarebbe più giusto definire questo discorso "globalitario". In questo senso "Here is New York. A Democracy of Photographs" rappresenta un atto di resistenza. Uno di quegli atti che Gilles Deleuze considerava in grado di resistere "alla trasmissione e alle preferenze dell'opinione pubblica", alle "parole d'ordine" dell'informazione.³⁸

Ora riporto invece un altro caso di intertestualità in cui il rimando tra i testi avviene attraverso l'allusione. Questo caso considera il fotoreportage del fotografo Arnau Bach intitolato "Suburbia" come allusivo ad un testo cinematografico: il film "L'Odio" di Matthieu Kassovitz³⁹.(figg. 20-21-22-23-24-25)

Entrambe i lavori cercano di riflettere lo stile di vita dei giovani abitanti delle zone periferiche delle città francesi: la loro esistenza precaria, il loro amore per la cultura hip hop, la mancanza di opportunità e l'assenza di servizi alla comunità e di strutture ricreative motivi che spingono questi giovani a rimanere senza occupazione in questi luoghi. Inoltre, entrambe narrano il momento successivo agli scontri e alle violenze che ciclicamente accadono in questi quartieri e che vedono giovani di etnie diverse scontrarsi con la polizia francese.⁴⁰

38 Cfr. Cheroux, Clement. "Diplopia". Einaudi, 2010. p. 50

39 Regia: Kassovitz, Matthieu. Titolo originale: "La haine", Francia, 1995.

40 "Suburbia" racconta la vita di alcuni giovani residenti di Clichy-sous-Bois, un sobborgo a nord di Parigi, ad un anno di distanza dalle rivolte che sconvolsero il quartiere in seguito alla morte del quindicenne Zyed Benna e del diciassettenne Bouna Traoré avvenuta per via di una scarica elettrica ricevuta mentre si nascondevano dalla polizia in un Electrical Transformer il 27 ottobre 2005.

Il film "L'odio" prende spunto dal fatto reale dell'uccisione di un ragazzo delle banlieue parigine da parte della polizia francese, e racconta con precisi riferimenti cronologici, il giorno e la notte successive agli scontri che causarono il ferimento a morte del giovane. Gli scontri vengono mostrati all'inizio del film con immagini documentaristiche di archivio reali.

26



27



26-27. Alcune immagini dal sito: Adbusters. com.

In particolare si sono riscontrate forti somiglianze iconografiche: entrambe mostrano in maniera ricorrente giovani che maneggiano armi, che fanno uso di sostanze stupefacenti illegali, oppure durante attività quotidiane poco rilevanti, ma che essendo state presentate in entrambe i foto-racconti, si ritengono portatrici di determinati codici e valori sociali.

1.4.2. La parodia

La parodia, stando a quanto afferma Genette, affonda le sue radici negli studi aristotelici. Aristotele divideva infatti la poesia secondo un sistema di pratiche narrative alte – la tragedia e l’epopea, che variano a seconda della drammaticità o della narratività del testo – e in pratiche narrative basse come la commedia. Inoltre l’autore spiega e definisce la parodia partendo dall’etimologia della parola per poi arrivare a definire la parodia come:

il fatto di cantare a lato, quindi di cantare stonando, o in un’altra voce, in controcanto – in contrappunto – o anche in un altro tono: deformare, dunque, o trasporre una melodia.⁴¹

La metafora del cantare stonando si può tradurre nel modo in cui talvolta la fotografia è resa o trattata. Difatti, se pensiamo alla pratica del fotomontaggio, possiamo circoscrivere le azioni che portano al processo semiotico di realizzazione di questa pratica come uno scimmiettamento di un qualcosa, una canzone cantata in un altro tono, quindi una trasformazione di tipo sottrattivo o additivo.

La pratica del fotomontaggio, anche quando adoperata per nobili scopi, opera una trasformazione o meglio una traduzione – uno spostamento – di tipo additivo, quando si decide di aggiungere un elemento in una fotografia tramite l’elaborazione in post-produzione oppure di tipo sottrattivo quando si decide di eliminare, coprire, sovrapporre o nascondere uno o più elementi. L’atto di parodiare una fotografia è una pratica molto comune e può avvenire anche su una trasformazione cromatica. Queste pratiche sono sempre più diffuse, e talvolta diventano il punto di forza anche di alcune applicazioni fotografiche per smartphone.⁴²

41 Ivi. p.14

42 Qui mi riferisco alla celebre applicazione Instagram che permette di scattare fotografie con il cellulare e di aggiungere una serie di filtri che generano effetti cromatici e visivi artificiali e allusivi – un riferimento stereotipato al passato – nonché di aggiungere cornici, sfocature ed effetti di contrasto. Poi le fotografie sono pubblicate dall’utente su quello che è a tutti gli effetti, un social network. Importante ricordare che ogni fotografia ha uno spazio libero in cui l’utente può inserire un elemento paratestuale – un commento, titolo o didascalia. L’elemento paratestuale più comune è l’hashtag: una parola chiave identificata dal simbolo cancelletto (#) che dovrebbe servire a raggruppare le fotografie per aree tematiche. Mi sento di usare il condizionale visto l’uso e l’abuso nell’utilizzo degli hashtag.

28-29

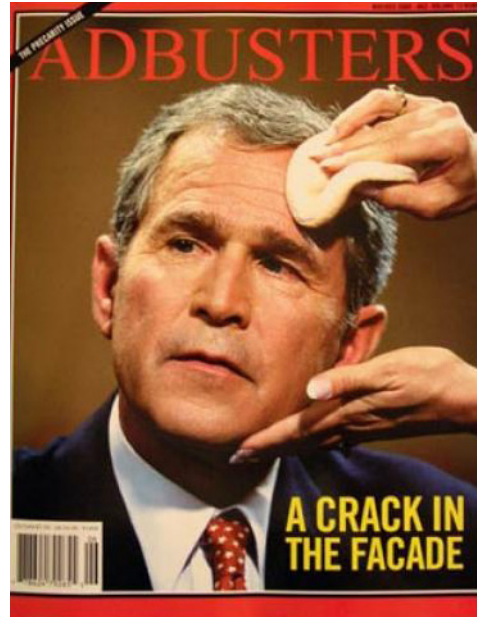
ADBUSTERS

AMERICA

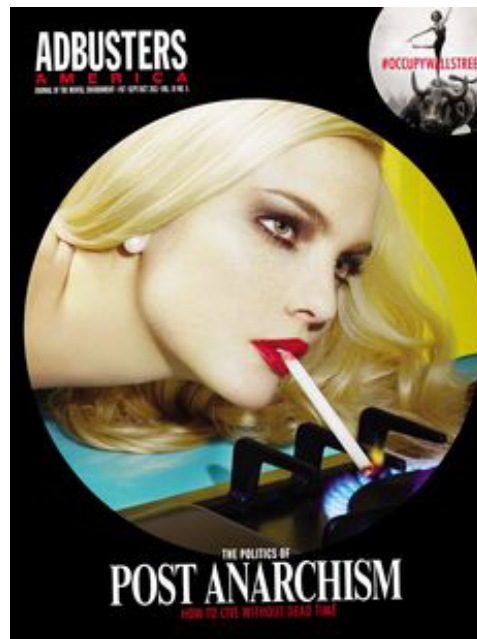
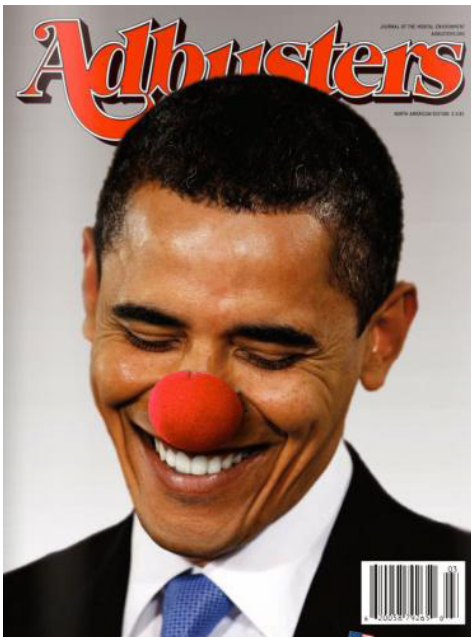
ISSUE #100



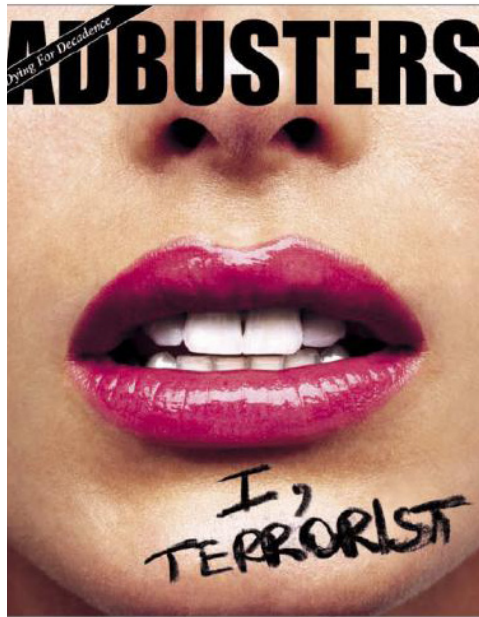
ARE WE HAPPY YET?



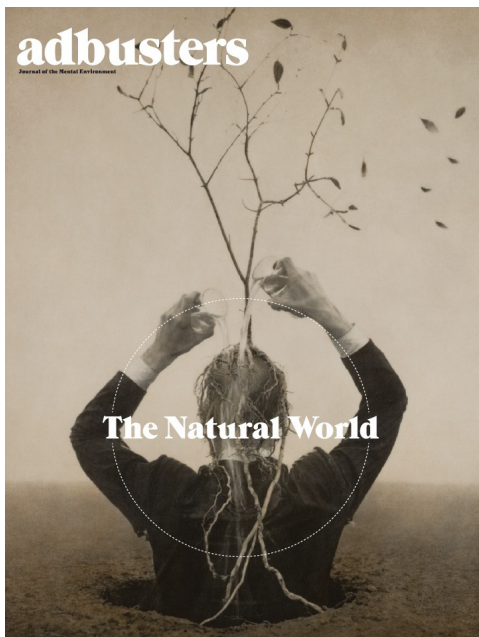
30-31



28-35. Alcune copertine della rivista Adbusters.



32-33



34-35

Ad esempio, la rivista “Adbusters” utilizza ampiamente la manipolazione di immagini fotografiche per offrire una parodia della società, della politica americana e dei costumi contemporanei. (figg. da 26 a 35)

In particolare, la rivista “Adbusters” si schiera su posizioni anti-consumiste, anti-capitaliste e ambientaliste. La sua “mission” è promuovere nuove forme di attivismo sociale. Adbusters ha organizzato diverse campagne sociali internazionali tra cui: “Buy Nothing Day”, “TV Turnoff Week” e “Occupy Wall Street”.⁴³

1.4.2. L'iperfotografia

L'iperfotografia è una particolare modalità di ampliamento dell'immagine fotografica e fa leva sulla possibilità, offerta dal digitale, di collegare, attraverso l'utilizzo di appositi “marcatori ipertestuali”, alcune parti dell'immagine con altri testi, sia verbali che visivi. Il concetto di “iperfotografia” è del tutto simile a quello di “ipertesto” e perciò ritengo utile presentare cosa si intenda con quest'ultimo.

Un ipertesto è un insieme di oggetti messi in relazione tra loro, dove, con “oggetti” si intendono oggetti semiotici dotati di una particolare struttura e che mirano ad ottenere una particolare serie di scopi comunicativi. L'ipertesto diviene così la struttura, o rete, creata tra l'insieme di tutti gli oggetti semiotici. I collegamenti tra questi oggetti sono gli espedienti in grado di connettere due o più testi, siano esso espedienti grafici, visivi, di senso, di approfondimento, e permettono una navigazione “non lineare” tra gli oggetti.

Tornando all'iperfotografia, essa è, a tutti gli effetti, una fotografia “navigabile”, in cui cioè si permette all'utente di muoversi lungo un percorso “non lineare” e di giungere ad altri testi, contenuti e informazioni ad essa collegate. In particolare, il caso della navigazione iperfotografica consiste nella simulazione di una realtà virtuale navigabile ed esplorabile dall'utente. La navigazione avviene attraverso una serie di punti chiave rappresentati da un segno grafico in sovrapposizione all'elemento fotografico. Si tratta

⁴³ La rivista “Adbusters” viene pubblicata sia in versione cartacea che digitale, entrambe sono in lingua inglese e prive di pubblicità. L'abbonamento a sei anni all'edizione cartacea acquistabile online dal sito costa 65 dollari negli Stati Uniti e Canada mentre costa 75 dollari per i lettori non statunitensi o canadesi. L'abbonamento a sei anni per la rivista digitale costa 25 dollari, mentre abbonamento cartaceo e digitale di sei anni costa 75 dollari ed è valido solo per gli Stati Uniti e Canada. Inoltre si può ottenere un abbonamento “a vita” che costa 500 dollari e comprende la versione cartacea, quella digitale e un pacchetto di gadget. Inoltre la rivista si sostiene grazie al supporto degli utenti che volontariamente possono decidere di offrire soldi al gruppo.

di una navigazione guidata poiché l'utente ha a disposizione un ventaglio di scelte predefinite; la realtà virtuale non consiste nella ricreazione di uno spazio parallelo navigabile a piacimento, ma, attraverso link di diverso tipo, è possibile la connessione di diversi scenari di una realtà esistente. I link possono guidare quindi l'utente nell'esplorazione del luogo, dei punti di vista caratteristici dell'ambiente preso in esame. Essi fungono da riferimento per la navigazione, ad esempio: se in una foto è presente l'ingresso di una casa o la vetrina di un negozio, utilizzando il link posizionato su di essi è possibile vedere a schermo una diversa fotografia raffigurante l'interno dello stabile, o i dettagli della facciata o le persone che vi abitano, ecc.

Nell'iperfotografia vengono quindi accorpati contenuti esterni a una fotografia e l'immagine viene portata sempre di più verso una visione intertestuale. Come abbiamo visto nel capitolo precedente sono già molti gli esempi di racconti fotogiornalistici che, pur non utilizzando l'iperfotografia, rimandano, attraverso riferimenti o citazioni, ad altri testi e contenuti. Tuttavia mentre questi rimandi intertestuali possono essere frutto di una serie di fortunate coincidenze oppure possono nascere da un preciso desiderio comunicativo, nel caso dell'iperfotografia questi collegamenti e rinvii sono invece sempre il frutto di una precisa scelta comunicativa.

Quindi, il passaggio dalla fotografia all'iperfotografia costituisce la base per un ampliamento dei significati fotografici attraverso l'aggiunta di nuovi elementi che creano l'"oltre", un nuovo livello comunicativo e nuove esperienze di lettura. Alcuni studiosi, tra cui in particolare Fred Ritchin, sostengono che: se una fotografia postata in Rete si trasforma in una sorta di ipertesto, una fonte di link, un portale per accedere a informazioni collegate al soggetto raffigurato, potrebbe diventare molto più difficile falsificarla, alterarla, strumentalizzarla o decontestualizzarla. L'immagine iperfotografica, composta di minuscoli quadratini digitali, potrebbe, secondo loro, ritrovare la sua credibilità come testimonianza – seppur parziale, come è nella sua natura – di un istante realmente accaduto. In fondo, per Ritchin ci sarebbe sempre qualcuno che, di fronte ad una fotografia interattiva e ipertestuale, sarebbe pronto a contestarla, a raccontare l'altra faccia della medaglia, a spiegare al pubblico ciò che la foto non mostra o ciò che realmente mostra.⁴⁴

Lo stesso Ritchin ha fondato la Pixelpress, un'organizzazione volta alla sperimentazione e alla pubblicazione di progetti fotografici e racconti fotogiornalistici "non lineari". Il loro primo lavoro di questo genere fu realizzato per il "New York Times" nel 1997 ed ebbe come soggetto il processo di pacificazione che la Bosnia intraprese al termine delle guerre jugoslave le quali sconvolsero la regione balcanica tra il 1991 e il 1995. Il progetto

44 Cfr. Ritchin, Fred. "Dopo la fotografia", Einaudi, 2009.

fu realizzato in collaborazione con il fotografo francese Gilles Peress e fu intitolato “Bosnia: Uncertain Paths to Peace”. Questo venne nominato per il premio Pulitzer nel 1997.⁴⁵

Alcuni “screenshots” del reportage “Bosnia: Uncertain Paths to Peace” sono riportati nelle pagine seguenti (figg. 36-37).

⁴⁵ Cfr. Ritchin, Fred; <http://www.pixelpress.org/bosnia/intro.html>, ultimo accesso 04/04/2016.

36. Da: Ritchin, Fred; Peress, Gill. "Bosnia: Uncertain Paths to Peace".1997.

Cfr. Ritchin, Fred; Peress, Gill. "<http://www.pixelpress.org/bosnia/intro.html>". Data accesso: 13/04/2016.

“Bosnia: Uncertain Paths to Peace”

About the Project

For four years, Bosnia and Herzegovina was torn by the bloodiest and most ruthless European conflict since World War II. Its capital, Sarajevo, was the focus of an epic siege. Its territory was riven into ethnic enclaves, and accounts of mass killing and rape shook the world's conscience.

With the signing of the Dayton accords last December, Bosnia is emerging from that torment. Now it faces the challenge of reconstruction and reconciliation, of carrying out free elections and of bringing accused war criminals to justice.

“Bosnia: Uncertain Paths to Peace” is both a photographic chronicle and a worldwide discussion of this crucial passage in Bosnia's struggle.

An interactive photo essay by the French Photo-journalist Gilles Peress, with the photographer's narrative, documents the last weeks of the siege of Sarajevo in February and March, including the exodus of Serbs from the suburbs from which the siege had been mounted.

A collection of forums for discussion, led by scholars, diplomats, artists, humanitarian leaders and other experts, will be active for one month, starting June 10, and open to contributions from the entire Internet community. Connections have been established in Sarajevo, at the war crimes tribunal in The Hague and at the United Nations to encourage participation by those closest to the Bosnian conflict and its resolution.

And resources for context are available, including chronologies, maps, links to other Internet sites, a glossary and who's who, a reading list and recent coverage of the Bosnian events from The New York Times.

We welcome your feedback about this project.

the suburbs: introduction

Narrative by Gilles Peress

Bosnia, Feb. 19

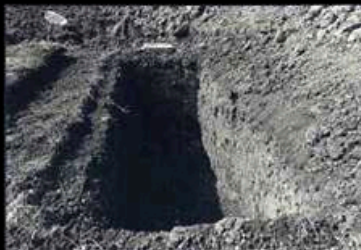
As I am walking through this destroyed landscape, through the remains of a war now gone, I am overwhelmed by the silence, the absence of explosions. I can hear the birds singing. The ending of war is almost more depressing than war itself because once you don't have to run for your life, the evidence of waste is fully there to contemplate as slowly as you want, inch by inch, bullet hole by bullet hole.



The sense of hangover of the day after the party, after the house was trashed, after the family was destroyed, the children dispersed, colors every one of my feelings. There is a bitter taste. People in Sarajevo and in the Serbian suburbs are sullen; there is none of the joy that one would expect from the coming of peace.



I am listening to the BBC World Service when a sudden announcement on the 6 o'clock news explodes like a shell in the middle of a sunny day: the Serbs have to leave Sarajevo's suburbs within three days. We, and I suspect they, all thought that the deadline was a month later: the 19th of March.



I quickly check the information; the deadline has been moved for some of the suburbs so that the evacuations would be staggered. The Serbian neighborhoods will go over to the Bosnian authority one after the other at intervals of six or seven days. The first one to go -- in three days, as announced on the radio -- is Vogosca.

Da: Ritchin, Fred; Peress, Gill. "http://www.pixelpress.org/bosnia/suburbs/suburbs_intro2.html". 1997. Ultimo accesso: 13/04/2016.

sarajevo

The New York Times
ON THE WEB



This used to be a sniper's paradise. It is an important crossroads -- between Ilidza and Sarajevo, and Ilidza and Lukavica. The latter was the road that Serbs fleeing the new Bosnian Government would take, and the former the road that Bosnians returning to their homes in Ilidza would use.



For many, like these women from Ilidza, the end of Sarajevo's siege and the snipers' reign was the first opportunity in four years to make a journey to their homes in the suburbs.

For many, like these women from Ilidza, the end of Sarajevo's siege and the snipers' reign was the first opportunity in four years to make a journey to their homes in the suburbs.



It was also a chance to visit relatives after years of separation. Crowds would form at the Brotherhood and Unity Bridge to cross from Sarajevo to the previously inaccessible suburb of Grbavica.

37. Ritchin, Fred; Peress, Gill. "http://www.pixelpress.org/bosnia/sarajevo/sarajevo_chapter_opener.html". 1997. Ultimo accesso: 13/04/2016.

2. Nuovi media e comunicazione foto-giornalistica antagonista

2.1. Foto-giornalismo ed editoria giornalistica

2.1.1. L'“Età dell'Oro” della carta stampata.

Durante il cinquantennio a cavallo dei secoli XIX e XX periodici e quotidiani aumentarono notevolmente la propria diffusione.

Il notevole aumento di diffusione e vendite dei giornali fu conseguenza dell'istituzione nei paesi occidentali dell'insegnamento scolastico elementare obbligatorio. Questo fece infatti uscire la maggior parte della popolazione dall'analfabetismo e favorì la formazione di un'utenza di massa per i giornali.

Inoltre, a contribuire alla maggiore diffusione dei giornali si ricordi che, sempre in questa fase, i governi “liberali” degli appena nati Stati-nazione occidentali estesero il diritto di voto alla popolazione adulta. Questo fece crescere il desiderio dei cittadini di essere informati e ciò aumentò la diffusione dei quotidiani d'informazione.

A favorire la diffusione della produzione editoriale giornalistica contribuirono anche le innovazioni tecnologiche. Negli ultimi decenni dell'Ottocento vennero infatti perfezionate e si diffusero tecnologie che permisero di produrre di più, in minor tempo e con costi decisamente inferiori ai precedenti. In campo tipografico si ricordino almeno: la messa a punto della linotype(1886) e l'utilizzo della carta ricavata dalla cellulosa (un decimo

più economica di quella ricavata dagli stracci usata in precedenza). I minor costi di produzione permisero di abbassare il prezzo del prodotto finito e a sua volta questo rese il prodotto più appetibile anche alle fasce di popolazione meno abbienti.

In questo periodo, l'editoria giornalistica godette inoltre dello sviluppo di un moderno mercato pubblicitario. La nascita di una economia di scala non più locale ma nazionale e il profilarsi di una società dei consumi di massa aumentò notevolmente la competitività tra le aziende e spinse quest'ultime ad investire grosse somme di denaro in pubblicità. Questa divenne, a fianco delle vendite, la seconda fonte di finanziamento dei giornali.

Inoltre, in questo periodo, la crescita economica dell'editoria giornalistica fu favorita anche dalla diffusione tra gli editori di una nuova cultura manageriale.

Rivolti al profitto e al successo commerciale, gli editori offrirono al nuovo pubblico di lettori "di massa" un prodotto adeguato al loro livello di istruzione e stile di vita. La formula di questi nuovi giornali fu più vicina all'intrattenimento che all'informazione: ampio spazio venne dato agli articoli di cronaca e lo stile di questi assunse toni scandalistico-sensazionali. L'ampio successo di pubblico di questi giornali "popolari" e di massa attirò le inserzioni pubblicitarie determinando forti guadagni e interessi commerciali.

In breve, la poca istruzione delle masse combinata con la ricerca del profitto da parte dei nuovi editori-imprenditori spinse alcuni editori ad eliminare temi scomodi e poco fruibili.

A riguardo, lo storico e giornalista Oliviero Bergamini, afferma:

Nei nuovi quotidiani di massa la politica, che nei quotidiani ottocenteschi aveva la priorità assoluta, diventò uno dei tanti argomenti offerti al lettore. Inoltre, con l'ascesa della stampa popolare di massa, le posizioni "estreme" e "antagoniste" risultarono ridimensionate, poste ai margini; il nuovo mercato editoriale basato su vendite di massa e pubblicità inevitabilmente favorì un orientamento ideologico centrato attorno ai valori della classe media-borghese, del progresso economico e del consumo.¹

A fianco del giornalismo popolare di massa si mantenne e sviluppò anche un giornalismo "di qualità". Questo giornalismo "di qualità", sia quotidiano che periodico, si rivolse essenzialmente alla parte più istruita della

¹ Bergamini, Oliviero. "La democrazia della stampa. Storia del giornalismo", Laterza, 2013. p. 144

popolazione e, a differenza del giornalismo popolare di massa, continuò a riservare ampio spazio alle questioni politiche.

Va sottolineato inoltre che i quotidiani “di qualità” adottarono principi etici e deontologici che i quotidiani popolari sacrificarono in nome del successo commerciale. In particolare, questi giornali “di qualità” iniziarono a perseguire il più possibile il principio dell’“obiettività”. Questo consistette essenzialmente nel distinguere all’interno degli articoli i fatti dalle opinioni soggettive.

I giornali sul finire dell’Ottocento si trasformarono in linea di principio da organi prevalentemente di “formazione” a organi di “informazione”, destinati cioè a “informare” cittadini in modo fattuale, riportando dati ed eventi così come essi si presentavano, e aggiungendo commenti e interpretazioni solo come elemento accessorio e disinteso.²

Prima e durante la Prima guerra mondiale, la produzione editoriale giornalistica mantenne alta la sua diffusione. Tuttavia i giornali dovettero cedere alle pressioni dei governi che ne limitarono ampiamente la libertà di espressione. In particolare, a partire dalla Prima guerra mondiale, i giornali conobbero lo strumento della propaganda di massa.

2.1.2. Informazione e intrattenimento nel villaggio globale.

A partire dagli anni ‘20 del secolo XX, la produzione editoriale giornalistica iniziò a subire la concorrenza di nuovi strumenti di comunicazione di massa. Il primo di questi fu la radio.

A fronte della concorrenza radiofonica, la tendenza generale degli editori fu di aumentare l’impatto emotivo e l’efficacia comunicativa dei giornali. In particolare, i quotidiani popolari di massa si spostarono ulteriormente verso contenuti scandalistico-sensazionali e d’intrattenimento mentre i quotidiani “di qualità” adottarono uno stile maggiormente “interpretativo” e aumentarono gli articoli “di commento”. Inoltre, la comparsa della comunicazione radiofonica spinse i giornali ad assumere un tono maggiormente colloquiale.

Per far fronte alla concorrenza radiofonica, gli editori ampliarono la loro offerta e diedero vita a nuovi settimanali, i cosiddetti rotocalchi. Questi, avvalendosi della messa a punto della stampa “in rotocalco” e delle innovazioni nel campo della fotografia, si distinsero per un forte uso comunicativo delle immagini e delle componenti visive.

2 Ivi, p.142

La produzione di rotocalchi si divise essenzialmente in due rami: i newsmagazines da un lato e le riviste di costume e pettegolezzi dall'altro. Entrambe ottennero un discreto successo di pubblico e contribuirono a sostenere le vendite di un comparto_ quello giornalistico_ che iniziava a subire le interferenze di altri mezzi di comunicazione di massa.

Durante la Seconda guerra mondiale e sotto la spinta del regime dittatoriale nazi-facista, i giornali furono, ancor più che durante la Prima guerra mondiale, trasformati in organi di persuasione e manipolazione delle masse.

A partire dagli anni '50 del XX secolo, la carta stampata dovette fare i conti con la comparsa dell'altro strumento di comunicazione di massa: la televisione. La sua rapida affermazione, intorno agli anni '60, come principale strumento di comunicazione di massa diede inizio alla crisi della carta stampata.

In sostanza e in maniera generica, quotidiani e giornali non riuscirono a competere con l'attrattiva che la televisione generava nelle masse. Questa infatti, oltre a una massiccia presenza di contenuti d'intrattenimento, poteva contare sull'impatto emotivo e la fascinazione che immagini in movimento e suono generano.

In particolare, i giornali risposero alla sfida lanciata dalla televisione intensificando gli sforzi di entrare in sinergia con il nuovo medium, valorizzando la specificità dell'informazione scritta e alleggerendo i propri contenuti. Tuttavia questi tentativi si rivelarono di scarso successo e la crisi andò via via intensificandosi.

Nonostante la generale crisi della carta stampata bisogna evidenziare che, negli anni '60 e '70, le testate dei periodici "popolari" e "femminili" si moltiplicarono notevolmente così come i periodici dedicati a pubblici specifici. Entrambe si avvantaggiarono dell'affermazione della società consumistica di massa. In particolare, i primi si avvantaggiarono del forte aumento di pettegolezzi e scandali che il mondo della televisione e dei suoi personaggi offrì mentre i secondi si avvantaggiarono della moltiplicazione degli interessi e gusti che il benessere diffuso generò.

Tuttavia la crisi venne aggravata dalla comparsa, tra gli anni '70 e '80 del XX secolo, di nuove innovazioni tecnologiche: la stampa in offset, la videocomposizione e l'utilizzo dei computer. Queste da un lato aumentarono notevolmente velocità e precisione di stampa, ma, dall'altro aumentarono notevolmente i costi di produzione. A fronte di questo molte testate entrarono in crisi e altre passarono nelle mani delle concentrazioni editoriali che

erano andate via via sviluppandosi durante tutto il secolo scorso.

Inoltre, la crisi dei quotidiani si aggravò con la comparsa negli anni Ottanta del XX secolo dei canali televisivi digitali d'informazione 24 ore su 24. A fronte dell'impossibilità di competere con il ritmo e la velocità con cui questi canali diffondono le notizie i giornali ricorsero ulteriormente al loro ruolo di commento e analisi delle notizie.

2.1.3. La crisi della carta stampata e l'informazione online

Nel decennio a cavallo tra il secolo scorso e il nostro, l'enorme diffusione di Internet ha incrementato ulteriormente la crisi della carta stampata. Adirittura alcuni ritennero che la "rivoluzione digitale" introdotta da Internet avrebbe portato alla scomparsa della carta stampata. Nonostante ciò non sia ancora avvenuto, Internet ha spinto la produzione editoriale giornalistica verso una transizione storica che ne sta cambiando profondamente dinamiche ed equilibri.

In primo luogo, l'ingresso di Internet nel mondo della comunicazione ha decretato la crisi definitiva del modello economico su cui il giornalismo si fondava da più di un secolo. Il modello economico basato su vendite e inserzioni pubblicitarie non è infatti valido di fronte ad Internet che offre l'accesso gratuito ad una quantità infinita di informazioni e contenuti (a volte senza ricorrere nemmeno alla pubblicità).

In secondo luogo, la possibilità che la Rete offre ad ogni individuo di pubblicare autonomamente contenuti e informazioni ha ridimensionato il ruolo di intermediazione nella comprensione della realtà cui storicamente apparteneva ai giornali, ai giornalisti e in generale, all'editoria e ai suoi autori.

La Rete ha consentito inoltre la nascita di una miriade di nuove fonti informative: nuove testate giornalistiche esclusivamente on-line, siti di vario genere contenenti informazioni normalmente poco accessibili, blog, siti web di singoli o di gruppi di persone e infine la vera propria ondata del fenomeno dei social network e dello user generated content.

Tornando alla carta stampata, nonostante la crisi che la coinvolgeva e l'enorme quantità di possibilità informative "a carattere gratuito" già presenti in Rete, alle soglie del nostro secolo, le maggiori testate giornalistiche tradizionali hanno deciso di aprire un proprio sito online.

Tale decisione ha spinto gli editori verso la sperimentazione di diverse strategie e modelli economici in grado di sostenerli economicamente all'in-

terno dell'economia "gratuita" e fortemente concorrenziale della Rete. Ad oggi la tendenza principale sembra essere quella di offrire alcuni dei contenuti e servizi online gratuitamente ed altri a pagamento. Nonostante ciò il settore del giornalismo on-line appare sostanzialmente in crisi.

Le rivoluzionarie configurazioni tecnologiche hanno così spinto l'editoria tradizionale verso nuovi ambiti comunicativi. Sono presto comparsi i giornali online in una veste decisamente più fluida rispetto ai quotidiani a stampa, nei quali il limite spazio-temporale coincide con il limite stesso dell'informazione: il tempo reale. Le notizie online, infatti, possono essere continuamente riviste e integrate con nuovi collegamenti e i testi non muoiono nello spazio di una giornata o di una settimana, ma restano a disposizione e possono diventare loro stessi strumenti di aggiornamento per scritti successivi.

Internet, influenzando il contenuto del messaggio attraverso una precisa specificità, ha probabilmente modificato il significato culturale e il ruolo di mediazione svolto finora dal giornalismo legato alla carta stampata.

Alla velocità con la quale oggi gli strumenti digitali diffondono immagini e notizie è tuttavia possibile opporre la lentezza della comunicazione quale comprensione effettiva, da parte dei lettori, del materiale informativo. Il divario tra la rapidità di cambiamento delle tecnologie, il loro impatto sulla vita individuale e collettiva, e la lentezza dell'evoluzione dei modelli culturali è, infatti, sempre più netto.

Basti pensare come la recente introduzione di nuovi dispositivi per la fruizione delle notizie_ smartphone e tablet_ abbiano contribuito a trasformare le modalità di presentazione delle notizie sia dal punto di vista dell'impaginazione e della grafica che dal punto di vista della scrittura e quindi della comprensione.

Per le società post-industriali non esiste quindi solo il problema dello sviluppo di infrastrutture appropriate per la distribuzione di dati e notizie e la diffusione di servizi informativi è solo apparentemente un problema tecnologico: in realtà costituisce un punto di centrale importanza economica e sociale essendo indispensabile per tenere insieme, coesa, la società.

I nuovi strumenti digitali hanno portato alla moltiplicazione delle fonti, all'aumento delle informazioni trasmesse e alla generale trasformazione del modo di organizzare le notizie: l'eclittismo professionale, la computerizzazione e la miniaturizzazione del ciclo produttivo hanno trasformato qualsiasi consumatore di notizie in una potenziale fonte.

A spingere l'editoria foto-giornalistica verso nuovi ambiti e approcci non è stato solo l'avvento dei media digitali, ma anche l'articolazione complessa dello spazio sociale all'interno del quale siamo costretti a costruire le nostre vite. Oggi, infatti, il processo di differenziazione sociale ha moltiplicato i ruoli svolti da ogni individuo e ampliato gli ambienti in cui si trova ad agire. Questo fa sì che le esigenze di conoscenza dell'individuo non si limitino agli ambienti frequentati fisicamente dalla persona, ma debbano attingere a patrimoni cognitivi ed esperienziali più ampi. Per questo la Rete, proiezione del mondo globalizzato e interconnesso, strumento ipertestuale, multimediale e interattivo, sembra soddisfare appieno tale esigenza.

L'innovazione tecnologica ha prodotto, nel volgere di pochi anni, una moltiplicazione degli strumenti disponibili per l'invio e la ricezione dei messaggi, allargando le possibilità comunicative e riconfigurando il modo di realizzare, distribuire e consumare l'informazione.

Sforzi, capitali e forza lavoro sono stati concentrati nella produzione di servizi immateriali anziché di beni tradizionali. La "realtà mediata" è diventata sempre più ampia e ha finito con il modificare gli spazi fisici e sociali imponendo la ridefinizione degli ambiti e dei limiti del giornalismo, delle routine produttive dei media tradizionali, della professionalità del giornalista e, in definitiva, del concetto stesso di notizia.

Lo sviluppo del web, in particolare, è stato da più parti presentato come vero e proprio passaggio ad una diversa fase della società nella quale l'attività di raccolta, elaborazione e trasferimento delle informazioni assume un ruolo strategico: la Società dell'Informazione.³

Oliviero Bergamini, in riferimento alle convulse e rapide trasformazioni causate al giornalismo dalle innovazioni tecnologiche degli ultimi venticinque anni, afferma:

in termini estremamente generali si può identificare una paradossale dinamica di fondo: da un lato un aumento quantitativo quasi illimitato dell'informazione disponibile ai cittadini; dall'altro un forte rischio di tendenziale indebolimento della sua qualità media.⁴

³ L'espressione "Società dell'informazione" fu introdotta nel 1973 da Daniel Bell, all'epoca professore di sociologia alla Harvard University. Così viene oggi definita dal Ministero per l'Innovazione e le Tecnologie italiano: "Per società dell'informazione si intende un lungo processo di modernizzazione attuato nel settore dell'informazione e della comunicazione che ha profondamente cambiato la vita privata, sociale e professionale di ciascun individuo. La rivoluzione tecnologica rappresenta un supporto fondamentale per favorire l'efficienza, la competitività e facilitare l'accesso alla conoscenza dei cittadini e delle aziende". Cfr. Lisiero, Umberto. "Newspaper Revolution", Fausto Lupetti editore, 2012.p. 160

⁴ Bergamini, Oliviero. "La democrazia della stampa. Storia del giornalismo", Laterza, 2013. p. 458

E ancora:

Il futuro dell'informazione (ma in buona parte già il presente), sta sempre meno nell'immagine di un utente che acquista in blocco un singolo prodotto "chiuso" (un quotidiano, un telegiornale), elaborato autonomamente da una redazione, e sempre più in quella di un utente sempre connesso al Web, che si confeziona su misura la propria dieta mediatica, combinando in ogni momento della giornata, a suo piacimento, i contenuti offerti da una galassia di canali televisivi, siti di testate tradizionali, blog, motori di ricerca che scandagliano il Web, tutti accessibili attraverso il tablet o il telefonino che porta sempre con sé.⁵

2.4.1. Le caratteristiche "antagoniste" del foto-giornalismo on-line:

L'informazione online gode di peculiarità legate alla specificità del mezzo tramite cui viene veicolata. Nei prossimi paragrafi verranno analizzati nel dettaglio gli aspetti del Web che concorrono a delineare la forma del quotidiano on-line. Nel far ciò dimostro inoltre come il modello comunicativo "reticolare" e "partecipativo" della Rete contribuisca alla creazione di un panorama informativo fortemente plurale e per questo sia considerabile come un contesto comunicativo particolarmente adatto alla trasmissione di prodotti fotogiornalistici antagonisti.

2.4.1.1. Iperestualità e decostruzione del testo

Una delle peculiarità del giornalismo on-line è l'iperestualità. Questa deriva dal concetto di ipertesto il quale è definibile essenzialmente come un testo che comprende in sé tutti i tre possibili livelli di organizzazione delle strutture dati. L'ipertesto, infatti, ad un primo livello può rappresentare i normali testi sequenziali, al secondo livello è in grado di riprodurre un testo ad albero e al terzo livello, infine, si presenta come una struttura reticolare che offre al lettore la possibilità di muoversi in molte direzioni senza un punto di attacco definito.

L'ipertesto modifica profondamente il rapporto tra autore, testo e lettore e in definitiva contribuisce alla creazione di un nuovo spazio cognitivo. In particolare, l'ipertesto, offrendo al lettore la possibilità di muoversi liberamente all'interno delle strutture delle lessie⁶, attiva il lettore e lo spinge alla ricerca di una particolare trama creativa. Il lettore dell'ipertesto diventa quindi autore del proprio specifico itinerario di significazione in quanto, ap-

⁵ Ivi. p.459

⁶ Unità funzionali significative del discorso. Il termine "lessia" è stato introdotto dal già citato semiologo francese Roland Barthes per denotare "unità di lettura" ritagliate all'interno del testo.

punto, è lui stesso che deve scegliere quale, tra i diversi possibili percorsi di significazione offertigli, meglio sia in grado di soddisfare le sue esigenze conoscitive.

L'ipertesto è quindi un testo decostruito per definizione e, infatti, si presenta come una rete di significati e significanti da navigare, decontestualizzare e rimontare all'interno di una logica altra. Evidenziando un'intertestualità impossibile da riprodurre nelle pagine rilegate di un libro, l'ipertesto fornisce un sistema infinitamente "ricentrabile" il cui punto di focalizzazione provvisorio dipende dal lettore, che diventa "attivo". In questo modo l'esistenza dell'ipertesto dimostra chiaramente che la sua "essenza digitale" non richiede forzatamente un modo di ragionare lineare o determinato da sole opposizioni binarie. La contestualizzazione e l'intertestualità prodotte dalla collocazione di singole unità di lettura entro una rete di percorsi facilmente navigabili, anzi, avvicinando testi di autori diversi e realizzati con media non verbali, crea una sorta di "dialogo complesso".

Inoltre, con l'ipertesto appare visibile la funzione della tecnologia e del medium entro i sistemi della conoscenza. Ciò che si era progressivamente smaterializzato oppure era stato incorporato dall'oggetto, dal prodotto, ritorna ora visibile e attivo. Con questo strumento è necessario riflettere nuovamente sugli atti di lettura e scrittura, pensare allo "scrivere con", attribuendo all'ipertesto dunque, non solo la funzione di mezzo per rappresentare il pensiero, ma anche quello di mezzo incorporato alla comunicazione dei concetti, in grado cioè di costruire modi di pensare attraverso segni grafici.⁷

Il circuito che viene proposto dall'ipertesto privilegia, infatti, in opposizione al tradizionale modello autore-lettore-opera, l'itinerario mente-testo-mente, sia come attività mentale del produttore che è rivelata dal testo scritto che come attività mentale del lettore che agisce sul testo.⁸

Ora si sottolinei come nell'ambiente ipermediale, ambiente in cui le informazioni veicolate da diversi linguaggi sono organizzate in una struttura non sequenziale, si abbia la forte sensazione che i suoi collegamenti rappresentino relazioni coerenti, significative e soprattutto utili e come, per questo, l'esistenza stessa di un collegamento spinga il lettore ad aspettarsi che tra i materiali collegati esistano relazioni significative. In virtù di ciò molti progettisti del Web, ritengono che sia utile prestare attenzione nella progettazione e costruzione di una struttura ipermediale facendo in modo che questa eviti il disorientamento dell'utente. Tuttavia, in questo lavoro

⁷ Cfr. Ricciardi, Mario, "Studi umanistici e nuove tecnologie" in Ricciardi M. (a cura di), "Oltre il testo: gli iperesti," FrancoAngeli, Milano 1994, p.15.

⁸ Ivi, pp. 36-37

intendo mostrare come sia utile nella progettazione di racconti fotogiornalistici introdurre alcuni elementi che, non mostrando un nesso concreto con il documento di partenza, generino nel destinatario un sentimento di confusione e frustrazione in grado di creare una nuova prospettiva sull'evento in questione.

2.4.1.2. La partecipazione interattiva

Dalla lettura dei manuali che si occupano di comunicazione nel Web è emerso come sotto il termine interattività convivano due sfumature concettuali che danno alla parola significati differenti. Da una parte, infatti, analizzando l'interattività gli autori si riferiscono alla possibilità offerta all'utente di trovare le informazioni sfruttando l'ipertestualità di internet seguendo un proprio specifico percorso. Dall'altra ci si riferisce invece alle potenzialità che consentono il coinvolgimento e la partecipazione del lettore che diventa parte integrante di un sistema conversazionale nel quale, anche mediante il materiale informativo veicolato, un sito può dar luogo a un dialogo con e tra gli utenti.

Un riscontro sulla difficoltà di delineare in maniera univoca il significato di interattività arriva pure da Carlini che sottolinea come per il termine esista:

l'equivoco che lascia convivere sotto la stessa parola due cose ben diverse: da un lato l'agire in rapporto alla macchina per impartirle ordini e ricevere delle risposte e dall'altro l'entrare in relazione con delle persone, grazie alla mediazione della macchina.⁹

Per un primo gruppo di autori l'interattività è considerata la caratteristica più innovativa della comunicazione online. Gozzini, ad esempio, intravede, nella possibilità per l'utente di percorrere un proprio originale sentiero nelle pagine virtuali dell'edizione elettronica di un giornale, la più rilevante opportunità data al lettore del quotidiano online.¹⁰ Per Pratellesi, parimenti, l'interattività è ciò che libera i contenuti dalle griglie rigide del palinsesto rendendoli disponibili "sempre e ovunque" dando modo all'utente, attraverso scelte che attivano specifiche parti di ipertesto, di costruirsi un proprio percorso informativo.¹¹

Come sottolinea Granata, nella Rete il lettore non si limita alla ricezione

⁹ Carlini, Franco, "Parole di carta e di web. Ecologia della comunicazione", Einaudi, torino, 2004. p. 85.

¹⁰ Cfr. Gozzini, Giovanni, "Storia del giornalismo", Mondadori, Milano, 2000. p. 287.

¹¹ Cfr. Pratellesi, Marco, "New Journalism. Teorie e tecniche del giornalismo multimediale", Mondadori, Milano, 2004. pp. 65-67.

delle notizie ma è anche in grado di orientarne l'emissione modificando i ritmi e la durata dello scambio comunicativo.¹²

Attraverso le proprie preferenze, determinando da sé quali contenuti astrarre, l'utente segue allora, nella ricerca delle informazioni, una modalità pull.

L'importanza di tale cambiamento di prospettiva rispetto alla carta stampata è sottolineata con acume da Abruzzese che afferma:

Oggi i contenuti di un giornale non sono più decisi soltanto da chi produce e fornisce le notizie o da chi le media ma possono essere determinati direttamente dal lettore a partire dalle sue esigenze e dalle sue più particolari curiosità o opportunità contingenti. [...] Attraverso l'informazione online si possono fare cose, piuttosto che limitarsi ad apprendere conoscenze, notizie e opinioni.¹³

Altri autori considerano viceversa di grande interesse l'interattività quale opportunità di dialogo fra autore e fruitore dell'informazione. In particolare per Peticca l'interattività è:

la possibilità di dialogare attraverso un medium separando la netta distinzione tra fonte emittente e fonte ricevente.¹⁴

Quindi, in questa accezione l'interattività concede di instaurare, tra utente e mezzo, un livello di relazione simile a quello della comunicazione faccia a faccia.

L'originalità della Computer-mediated communication (CMC) rispetto al panorama preesistente, a parere di Paccagnella, è dovuta proprio all'interattività, ben espressa dalla metafora della rete come "luogo":

Telefono e posta tradizionale permettono da tempo di avere contatti frequenti con persone di tutto il mondo ma questi contatti avvengono per lo più tra individui che si conoscono già. Nel Web, al contrario, è possibile "incontrare" e "conoscere" persone nuove. Si è parlato a questo proposito di cyberspazio per indicare un complesso insieme di tecnologie in grado di indurre nell'utilizzatore una sensazione di presenza in un ambiente sociale

12 Cfr. Granata, Luigi, "Le reti telematiche", Ellissi, Napoli, 2000, p.143.

13 Abruzzese, Alberto, "Il tempo e lo spazio di Internet", in "Dall'edicola al web", Reset, Roma, 2001, p.17.

14 Peticca, Sara, "Il giornale online e la società della conoscenza", Rubettino, Soveria Mannelli 2005, p. 18.

diverso da quello in cui fisicamente si trova.¹⁵

Quindi, in questa accezione, l'interattività permette di stabilire un contatto continuo con il lettore che non solo è messo in condizioni di ricercare nel giornale le informazioni che vuole e di stabilire un proprio percorso di lettura, ma è invitato a lasciarsi coinvolgere, interagendo con la redazione, rispondendo ai sondaggi proposti o partecipando ai forum di discussione.

L'importanza dell'aspetto interattivo risiede quindi nella capacità di un media di tessere relazioni fra persone, di innescare un dialogo ad armi pari, in cui nessuno ha privilegi, in cui tutti hanno la stessa quota di "voce" e lo stesso diritto di parola.

In questo senso, le trasmissioni televisive che si definiscono "interattive" perchè il pubblico può rispondere da casa a un quesito esprimendo una preferenza con il telefono si basano su un'interattività "finta" in quanto qualcuno, unilateralmente, stabilisce le regole, definisce i criteri, governa il dialogo come vuole e tutti gli altri non possono far altro che muoversi all'interno di piccoli spazi ben definiti. Una parte dei sistemi della Rete possono invece essere considerati strumenti davvero interattivi perchè, non facendo pesare la loro presenza, permettono un confronto "paritario" tra gli utenti basato su un'interattività efficiente e funzionale.

2.4.1.3. Multimedialità e multisensorialità

La multimedialità è la possibilità per un computer di gestire contemporaneamente sullo stesso supporto diversi tipi di comunicazione, dando spazio a tutte le potenzialità offerte dalla digitalizzazione e offrendo all'utente un'esperienza di approccio all'evento riprodotto sempre più simile al quotidiano accostamento alla realtà. Un processo comunicativo può essere dunque considerato multimediale quando al suo interno si utilizzano molteplici linguaggi di comunicazione e rappresentazione.

Ciò comporta che, per certi versi, nel mondo digitale il mezzo non sia più il messaggio come sosteneva Marshall McLuhan ma sia la sua materializzazione: il concetto di multimedialità, infatti, include necessariamente nel proprio significato anche l'idea di poter passare facilmente da un ambiente comunicativo a un altro e di poter dire la stessa cosa in modi diversi facendo ricorso, a seconda dei casi, all'uno all'altro dei nostri sensi.

Immagini, suoni, video oggi non rappresentano più elementi secondari ma risultano sempre più parte integrante del nuovo modo di fare informa-

¹⁵ Paccagnella, Luciano, "La comunicazione al computer", Il Mulino, Bologna, 2000. p. 50.

zione nella Rete. Nonostante ciò, il testo, unico vero standard di Internet, conserva ancora il proprio ruolo prioritario (“textum” in latino significa “tessuto”), fungendo da filo conduttore che lega insieme i vari elementi, presentando gli argomenti e le immagini, e incoraggiando il lettore ad approfondire la notizia attraverso il suono e il video.

2.4.2. Informazione social e User Generated Content

Oggi il foto-giornalismo opera in un contesto storico e sociale profondamente diverso rispetto a quello in cui è nato e si è sviluppato .

L'introduzione e la forte diffusione di fotocamere nei dispositivi di telefonia mobile_gli smartphone_, che oggi sono posseduti da pressochè la totalità degli individui, unito alla possibilità offerte dalla Rete di pubblicare contenuti fotogiornalistici, ha reso tutti dei potenziali fotoreporter. Questo ha per riflesso contribuito alla creazione e all'affermazione di una nuova gerarchia comunicativa in cui non è più lo “specialista” a decidere cosa sia necessario comunicare e come questo debba essere comunicato, bensì sia il destinatario a decidere quello che vuole sapere e come lo vuole sapere.

Le piattaforme social della Rete hanno offerto a molti cittadini la possibilità di esprimere la propria opinione e di partecipare attivamente nella creazione di nuovi modelli di rappresentazione del reale. Internet non è semplicemente interattiva, ma è di per sé partecipativa: non risponde soltanto ai comandi dell'utente ma lo stimola e lo spinge a contribuire, a commentare e quindi a entrare in questo nuovo mondo.

Oggi, rispetto al secolo precedente in cui i produttori delle immagini fotogiornalistiche erano professionisti coinvolti nei processi culturali e di mediazione cosiddetti top-down, dall'alto al basso, si assiste alla dinamica inversa per cui sono i comuni cittadini che “dal basso” dettano ciò che merita di essere reso pubblico e le modalità stesse di presentazione del contenuto.

Il fatto che le immagini fotogiornalistiche amatoriali continuino a ripetere modelli visivi sedimentati è dovuto principalmente alle logiche che regolano la ripresa fotografica e non sono perciò dovute né alla comparsa dei social network né tantomeno all'utilizzo di fotocamere incorporate negli smartphone.

L'informazione introiettata nell'universo dei social network raggiunge un grado di coinvolgimento tale da far sentire protagonista attivo il lettore/utente, consolidando la figura del prosumer, cioè il consumatore che diventa, a sua volta, produttore di contenuti.

Dalla verticalità del passato che vedeva il giornalista come mittente della notizia e il lettore come destinatario, si è passati a un panorama informativo che tende all'orizzontalità. Il grande cambiamento, iniziato con il progressivo passaggio al digitale di molte testate cartacee è stato completato dal ruolo dei social network che hanno contribuito più di ogni altra innovazione a spogliare i giornalisti della loro aura prometeica. Più di ogni altro mezzo di comunicazione, la Rete, nella sua evoluzione sociale, è diventato vero e proprio sistema di interazione sociale in grado di rendere chiunque un potenziale comunicatore.

La Rete ha accresciuto la libertà dei newsmaker, degli inserzionisti, delle start-up, ma soprattutto del pubblico che ha avuto la possibilità di comunicare più efficacemente, al di fuori delle vecchie costrizioni e dei modelli editoriali del passato.

Si giunge così a percepire in maniera diversa l'informazione. Mentre il lettore del quotidiano "subisce" la gerarchia delle notizie fatte da altri, l'utente del web compie i propri percorsi, atterrando sulla pagina da una ricerca organica o da uno stato di Facebook, da lì decide di seguire una pista di link e approfondire, attraverso questa, l'argomento trattato nel post di partenza.

Di fronte alla crescente sfiducia verso l'informazione mainstream e alle potenzialità della comunicazione multipolare e orizzontale della rete, prende forma oggi l'utopia di una comunicazione dal basso, senza mediatori, democratica perchè gestita direttamente dal "popolo".

Nella possibilità, data dalla tecnologia, di essere "tutti editori di se stessi", alcuni addetti alla comunicazione intravedono la possibilità di un nuovo patto tra coloro i quali sinora sono stati gli specialisti dell'informazione e i loro utenti. Una sinergia finalizzata alla creazione di un nuovo equilibrio che porti all'apertura della forma-giornale e all'integrazione con la scrittura collettiva del pubblico.

Si può sostenere quindi che le aziende editoriali tradizionalmente intese abbiano poca ragion d'essere nel contesto reticolare e collaborativo del presente in cui tanti "atomi", forse troppi, collaborano ad un unico grande contenuto, la Rete; da cui poi, a loro volta, traggono "materia", bit d'informazioni.

Nello specifico del foto-giornalismo, il ribaltamento di paradigma cui il Web ha dato avvio ha determinato la comparsa di nuovi canali di comunicazione slegati dalle dinamiche editoriali e curatela a cui i giornalisti dei media tradizionali erano e sono sottoposti. Questi, liberati dalle costrizioni

politico-economiche dell'editoria tradizionale, hanno elaborato nuovi linguaggi e strategie comunicative e hanno intrapreso nuove vie per finanziarsi. In conseguenza di ciò, il lavoro giornalistico e foto-giornalistico ha, in alcuni casi, assunto le caratteristiche di un progetto dalle finalità sociali piuttosto che prettamente economiche.

Vale la pena ripetere che Internet si è dimostrata in grado di offrire a tutti i fotoamatori la possibilità di pubblicare ad una platea globale le proprie immagini e scatti. Oggi infatti sono sempre di più i cittadini che mostrano i propri scatti sulle pagine di Flickr, Facebook, Pinterest e Instagram e spesso sono proprie le loro immagini a rappresentare e raccontare gli eventi sostituendosi a quelle delle tradizionali agenzie fotografiche.

Il Web, i social media (più altri fattori socio-politici: tra cui il fallimento della politica top-down; crisi del modello economico capitalista etc.) hanno contribuito a determinare la volontà di ogni singolo individuo ad affermare il proprio punto di vista, le proprie idee, la propria soggettività e individualità. Questo fenomeno ha favorito una nuova modalità di mediazione del reale che, screditando il modello di comunicazione giornalistica "di massa", tradizionale, basato sull'oggettività e sulla connessione e dipendenza dai poteri forti, sembra invece aver favorito un pluralismo di visioni e approcci.

Oggi, ognuno di noi può riportare immagini che hanno una certa rilevanza pubblica e questo avviene ognivolta che postiamo immagini su social media quali facebook, twitter o Instagram ad esempio, tuttavia ci si chiede quale sia il ruolo culturale di queste immagini. Aprono queste una nuova prospettiva di dialogo? oppure sono reiterazioni di stereotipi visivi poco utili nella comprensione del mutamento a cui ogni periodo storico è sottoposto? esprimono punti di vista soggettivi o...? In particolare, ci si chiede se questi Citizen journalists abbiano contribuito o meno alla rottura delle convenzioni giornalistiche tradizionali oppure abbiano contribuito ad un maggiore controllo sociale da parte dei poteri forti? Entrambe le posizioni appaiono valide

Tuttavia, quello che è certo è che esiste una tendenza a rifiutare l'idea di delegare ad altri la propria rappresentazione, mentre si alimenta una forte volontà d'auto-rappresentazione. Esiste la possibilità che ognuno, gruppo sociale o singolo individuo, possa contribuire a scambiare e sostenere opinioni oppure documentare e aggiornare gli altri individui sulle proprie azioni; in particolare penso a come molti movimenti e gruppi di pensiero trovino nella comunicazione "social" spazio per diffondere le attività della propria organizzazione. Ad esempio, mi riferisco alle organizzazioni per i diritti all'abitare e alle loro pagine Facebook; pagine che durante il tempo di tesi ho frequentato assiduamente.

Nel testo “La realtà e lo sguardo” gli autori evidenziano come il racconto foto-giornalistico “in prima persona” si stia imponendo. Essi affermano che:

protagonisti di rivoluzioni e sommovimenti sociali si raccontano in prima persona, senza consegnarsi all’obiettivo di altri, attraverso i propri smartphone, “postando” poi le proprie foto su Internet in un circuito reticolare che non è più controllabile e censurabile dall’alto e riesce ad arrivare in ogni parte del mondo.¹⁶

Offrendo a chiunque la possibilità di diffondere contenuti, Internet ha contribuito ad alimentare un modello di comunicazione fortemente pluralista il quale sembra aver dato a sua volta vita a nuovi modelli interpretativi, a nuovi discorsi e narrazioni.

In questo nuovo scenario della comunicazione in Rete: Facebook, Youtube e Twitter, (e una miriade di altri siti) hanno stravolto le modalità di diffusione di contenuti di ogni tipo, e lo hanno fatto con rapidità e su scala mai viste prima.

Per prima cosa i social network non sono “in sè” testate di produzione e diffusione di notizie, ma lo sono diventati, in vari modi e a più livelli. Questi consentono innanzitutto di segnalare, diffondere e riprodurre contenuti giornalistici tratti da altri siti, ampliandone di molto il pubblico. Inoltre permettono ai giornalisti di avere un feed back immediato del loro lavoro, tanto che ormai ogni testata, ogni programma, ogni reporter, possiede una pagina Facebook su cui i lettori possono postare commenti, influenzando il modo in cui altri contenuti futuri verranno scelti ed elaborati. Ma soprattutto, sono essi stessi generatori di informazione “dal basso”; sia in termini di fatti che di opinioni.

Il modello comunicativo “dal basso” caratteristico dei social network ha contribuito in maniera essenziale ad affermare la figura del Citizen journalist.

Prima di proseguire è utile precisare che questi nuovi fotogiornalisti vengono denominati da molti come Citizen Photo-journalist ed è così che da ora in poi mi riferirò a loro.

Chi sono in concreto questi Citizen Photo-journalist e perchè i loro contenuti e prodotti fotogiornalistici dovrebbero essere più interessanti e innovativi?

¹⁶ Lucas, Uliano; Agliani, Tatiana. “La realtà e lo sguardo. Storia del foto-giornalismo in Italia”. Einaudi, 2015. p. 529

A grandi linee, questi Citizen Journalists e Photo-journalist sono quegli individui che, nonostante non essendo fotografi nè giornalisti di professione fanno leva sulla loro vicinanza fisica, ma anche e in certi casi emotiva ed intellettuale, ai fatti di cui si rendono testimoni e ne registrano gli avvenimenti attraverso gli strumenti di ripresa che posseggono, fotocamere di cellulari e Ipad oppure fotocamere professionali. Questi hanno via via assunto, grazie agli strumenti di diffusione “social” delle notizie in Rete, una posizione di rilievo nel contesto del giornalismo e dell’informazione contemporanea, al punto che le loro immagini sono state giudicate come maggiormente sincere e oneste rispetto a quelle offerte dai professionisti operanti nel circuito dei media mainstream tradizionali i quali in molti casi sono soggetti a diversi tipi di censura o costretti ad operare in maniera poco libera.

Il contributo di questi Citizen Photo-journalists alla pratica del fotogiornalismo è difficile da descrivere in maniera esaustiva tuttavia si ritiene che essi abbiano contribuito a costruire, pur operando spesso in maniera simbolica e utilizzando riferimenti iconici, un panorama di controinformazione visiva.

I Citizen Photo-journalist sono individui che, avendo a cuore ed essendo immersi nella situazione che intendono rappresentare, sono maggiormente in grado di mettersi in sintonia emotiva con i fatti di cui sono testimoni e delle persone che ritraggono. Inoltre, la loro conoscenza fotogiornalistica, essendo più libera e sincera di quella dei fotografi professionisti appare maggiormente in grado di contrastare l’egemonia visiva dei media tradizionalmente preposti a comunicare con le immagini.

Il fenomeno del Citizen journalism sarebbe allora da inquadrare nell’ottica di un ambiente comunicativo, quello attuale, sempre più complesso e nel quale il processo di recupero della notizia non può più essere condotto secondo schemi e procedure classici, ma che deve individuare nuove forme di coinvolgimento e di condivisione. Incrementando la quantità di informazioni raggiungibili, le più recenti tecnologie assicurano al contempo una maggiore duttilità produttiva che consente, ad esempio, a un numero molto più ampio di persone di riprendere immagini e video, e di metterle in circolazione nella Rete. Nasce così il fenomeno che è stato anche definito come il “reporter diffuso” o “Citizen journalist”.

Dal punto di vista politico il “Citizen journalism” nasce come reazione del pubblico alla tradizionale comunicazione di massa top-down, la quale a lungo è stata colpevole di aver rappresentato gli interessi economici della classe egemone. Tuttavia questa reazione non sarebbe stata possibile senza l’apporto della tecnologia di Internet e dei social media i quali hanno

offerto una piattaforma libera e aperta ai contenuti amatoriali.

In particolare, l'innovazione tecnologica di Internet e dei social media ha introdotto un nuovo concetto di partecipazione democratica "dal basso", il quale ha a sua volta generato nel pubblico una forte disaffezione verso la comunicazione "top-down" e una maggiore volontà di auto-rappresentazione e produzione di contenuti spesso in contrasto con quelli in circolazione nei media tradizionali.

Molti sono coloro che ritengono l'opera di questi Citizen Photo-journalist molto più interessante e coinvolgente di quella dei fotografi professionisti ma molti sono anche i loro detrattori.

Riguardo il ruolo di questi nuovi fotogiornalisti "Citizen" e il valore delle loro immagini rispetto a quelle dei professionisti Fred Ritchin afferma:

I fotografi digitali amatoriali e i blogger riescono a sorprendere di più, mentre spesso i professionisti sono bloccati dai limiti dei loro incarichi. Le immagini di questi amatori sono spesso meno generiche, più personali e a volte persino più credibili, nella loro goffaggine.¹⁷

Altri tuttavia non sono dell'avviso di Ritchin e ritengono che gli scatti di questi Citizen Photo-journalists siano il frutto di punti di vista ingenui o parziali nei confronti del reale e che quindi non siano in grado di contribuire ad un'educazione visiva e politica del pubblico. Secondo loro, le immagini amatoriali sarebbero spesso frutto di un gesto non pensato, istintivo e casuale.

Dall'altro lato tuttavia le immagini fotografiche dei giornalisti professionisti sembrano sempre più invischiata nell'opera di branding politico ed economico delle maggiori forze e poteri mediatici in campo.

Dal mio punto di vista, non v'è dubbio che i "Citizen Photo-journalists" si siano imposti a tutti gli effetti come nuovi attori nel panorama dell'informazione e comunicazione contemporanea ed è altrettanto vero che essi siano in grado di offrire rappresentazioni del reale maggiormente obiettive e autentiche rispetto a quelle offerte dai giornalisti professionisti tradizionali i quali, come ho accennato, operano all'interno di un circuito informativo sottoposto alle varie forme di censura operate dai poteri politici ed economici.

In particolare, l'apporto culturale dei Citizen journalists si comprende meglio se si considera il momento storico-sociale attuale in cui forte è il

17 Ritchin, Fred. "Dopo la fotografia", Einaudi, 2009. p. 142.

desiderio di trovare nuovi modelli di rappresentazione e interpretazione del reale. Desiderio che è emerso con forza in seguito alla forte crisi ideologica e politica in cui è venuto a trovarsi il modello economico-culturale capitalista a partire dalla crisi finanziaria del 2008. Non da ultimo si dica che il comparto mediatico si è più volte trovato a competere con i resoconti che i Citizen journalist hanno offerto e diffuso attraverso i social network.

Di seguito alcuni casi storici in cui l'informazione social condotta dai Citizen journalist si è rivelata fondamentale sia nell'offrire una diversa rappresentazione dei fatti e delle notizie che nel promuovere un cambiamento sociale.

Nel 2007 la rivolta popolare guidata dai monaci buddisti in Birmania fu rivelata al mondo grazie alle immagini riprese di nascosto dai manifestanti e diffuse su Internet. Mentre il mondo era rimasto quasi indifferente alla ribellione del 1988, repressa nel sangue in modo ancor più duro, perché essa era restata sostanzialmente invisibile, nell'era di Internet la censura non poté bloccare il flusso proteiforme delle immagini in rete, e l'opinione pubblica internazionale fu attraversata da una ondata di indignazione e sdegno che innescò il processo che ha portato alla evoluzione del paese verso un assetto maggiormente democratico.

In modo analogo, nel 2009, quando l'Iran fu scosso dalle proteste contro l'elezione alla presidenza di Ahmadinejad, furono i telefonini e i personal computer dei giovani manifestanti di Teheran e altre città a raccontare al mondo la durissima repressione del regime. Mentre i giornalisti stranieri venivano tenuti relegati negli hotel dalla polizia, il web si riempì dei video "amatoriali" delle manifestazioni, dei pestaggi, delle sparatorie, girati dagli stessi dimostranti. La sequenza simbolo di quei giorni drammatici diventò quella della morte di una ragazza, ripresa mentre cadeva a terra nel sangue da un passante e caricata su Internet poco dopo.

Lo stesso fenomeno si è ripetuto con le cosiddette "primavere arabe". Soprattutto nella fase iniziale, sono stati i video amatoriali caricati su YouTube e su altri siti a documentare la serie di ribellioni che hanno portato alla caduta di decennali dittature in Tunisia, Libia, Egitto.

Le immagini fotografiche scattate dai fotoamatori appaiono più sincere in quanto basate sulla conoscenza del luogo e sulla conoscenza della cultura locale.

Ad esempio, durante le rivolte avvenute nel 2011 al Cairo in Egitto, mentre i professionisti fotografavano i maggiori eventi violenti, i fotoamatori locali riprendevano le attività di scala minore, come quelle dei dimostranti

che indossavano una benda sugli occhi in onore del sacrificio di Ahmed Harara, accecato dalla polizia durante una manifestazione di protesta.

Altri esempi meno drammatici di user generated content sono quelli dei moltissimi siti di “giornalismo partecipativo” che invitano le persone a mettere a disposizione immagini degli eventi più vari, come succede in Italia, ad esempio, con Youreporter.

Questi materiali sono entrati in modo prepotente anche nell'informazione mainstream; televisioni e siti informativi tradizionali ne hanno fatto ampio uso, attingendovi pienamente; si può dire anzi che si è creata una vera sinergia. E gli stessi network o quotidiani storici ormai invitano apertamente gli utenti a inviare i loro materiali (video, foto etc...) per contribuire al “prodotto”.

Se da un lato hanno dimostrato di poter aggirare la censura e offrire un contributo di notizie che altrimenti sarebbe rimasto invisibile, e rappresentano quindi per il giornalismo una novità preziosa, dall'altra parte i rischi non mancano.

Esiste innanzitutto un grande e strutturale problema di verifica delle fonti. Chi garantisce che le immagini sgranate di un corteo in Iran si riferiscano davvero ad una nuova manifestazione avvenuta quel giorno e non siano semplicemente nuove e diverse immagini di una dimostrazione avvenuta giorni fa? Chi garantisce che arrivino da quella specifica città e non da un'altra? E chi garantisce che l'esecuzione di prigionieri documentata da un certo video sia davvero stata perpetrata dai ribelli, e non dal regime stesso che vuole dare dei ribelli un'immagine negativa?

La Bbc ha cercato di affrontare il problema, allestendo ad esempio, durante i giorni della rivolta iraniana, una vera task force composta da esperti giornalisti in grado di riconoscere le vie e le piazze di Teheran, di espatriati iraniani in grado di comprendere gli slogan dei manifestanti, e di giovani giornalisti abili frequentatori dei social network, in grado di incrociare le informazioni che comparivano su più siti. Tutto con l'obiettivo di diffondere solo video e immagini della cui attendibilità esistesse un alto grado di certezza.

Lo user generated content può essere preziosissimo in certe situazioni, ma non può certo coprire da solo tutti i bisogni di informazione di una società. I video caricati su Youreporter da chi si è trovato coinvolto in alluvioni, terremoti ecc., ad esempio, possono documentare questi fenomeni in modo ben più vivido e tempestivo di quanto possa fare una troupe televisiva (che necessariamente impiega un certo tempo per arrivare in loco). Ma

la maggior parte di essi si concentra appunto su eventi naturali eccezionali, o situazioni spettacolari (incidenti, cadute, ecc.) colti e presentati come fatti “in sé”. Manca completamente la dimensione dell’approfondimento, della contestualizzazione, dell’analisi (ad esempio, la ricostruzione delle responsabilità per le quali un certo argine era cedevole).

Un ipotetico telegiornale fatto solo di user generated content tenderebbe a risolversi in una serie di video magari eccitanti o impressionanti, ma privi di profondità e di filo logico.

Un esempio paradigmatico è quello di Wikileaks. Il sito fondato da Julian Assange ha rivelato in modo clamoroso le potenzialità “anti-censorie” e di “libera informazione” di Internet, diffondendone una enorme quantità di documenti riservati, specialmente americani.

Quanti, tuttavia, hanno veramente consultato il sito e sono riusciti a orientarsi nella valanga di documenti, spesso molto lunghi e tecnicamente complessi?

In realtà il dirompente impatto di Wikileaks si è dispiegato attraverso alcune testate giornalistiche tradizionali, i cui reporter hanno lavorato insieme a Julian Assange, per catalogare, analizzare, classificare, selezionare, riassumere, spiegare e diffondere sui propri siti, e sui propri giornali, quello che altrimenti sarebbe rimasto un gigantesco ammasso di dati informi.

Le televisioni a loro volta hanno ripreso per la maggior parte i materiali già pre-selezionati, o comunque hanno dovuto anch’esse offrirne ai loro spettatori una versione condensata e ragionata.

Il rapporto tra la rete e il giornalismo tradizionale si sta sviluppando in modo complesso e a volte contraddittorio. Internet può servire a spezzare la censura, a trasformare i cittadini in protagonisti attivi dell’informazione, a superare quindi la rete di interessi economici, condizionamenti politici, connivenze, rigidità mentali e culturali, ecc., che imbriglia il sistema giornalistico tradizionale. Ma presenta anche numerosi rischi, e spesso non può prescindere da una interazione con i professionisti “tradizionali” dell’informazione.

the 1990s, the number of people in the world who are living in poverty has increased from 1.1 billion to 1.5 billion (World Bank 2000).

There are a number of reasons for this increase. One of the main reasons is the rapid population growth in the developing world. The population of the world is expected to reach 8 billion by the year 2025, with the majority of the increase occurring in the developing world (United Nations 2000). This rapid population growth is putting a strain on the world's resources, particularly in the areas of food, water, and energy.

Another reason for the increase in poverty is the unequal distribution of income. The rich are getting richer, while the poor are getting poorer. This is due to a number of factors, including the globalization of the economy, the rise of multinational corporations, and the increasing power of the wealthy nations. As a result, the gap between the rich and the poor is widening, and more people are being left behind.

There are a number of ways in which we can address the problem of poverty. One of the most important is to improve the world's resources, particularly in the areas of food, water, and energy. This can be done through a number of measures, including increasing agricultural production, improving water management, and investing in renewable energy.

Another important way to address poverty is to promote economic growth in the developing world. This can be done through a number of measures, including increasing foreign investment, improving infrastructure, and promoting trade. Economic growth is essential for creating jobs and improving living standards.

Finally, it is important to address the unequal distribution of income. This can be done through a number of measures, including increasing taxes on the wealthy, providing social safety nets, and promoting fair trade. Reducing income inequality is essential for ensuring that everyone has a fair chance of success.

There is no simple solution to the problem of poverty. It is a complex issue that requires a multi-faceted approach. However, by working together, we can make a difference. We can improve the world's resources, promote economic growth, and reduce income inequality. In doing so, we can create a world where everyone has a fair chance of success.

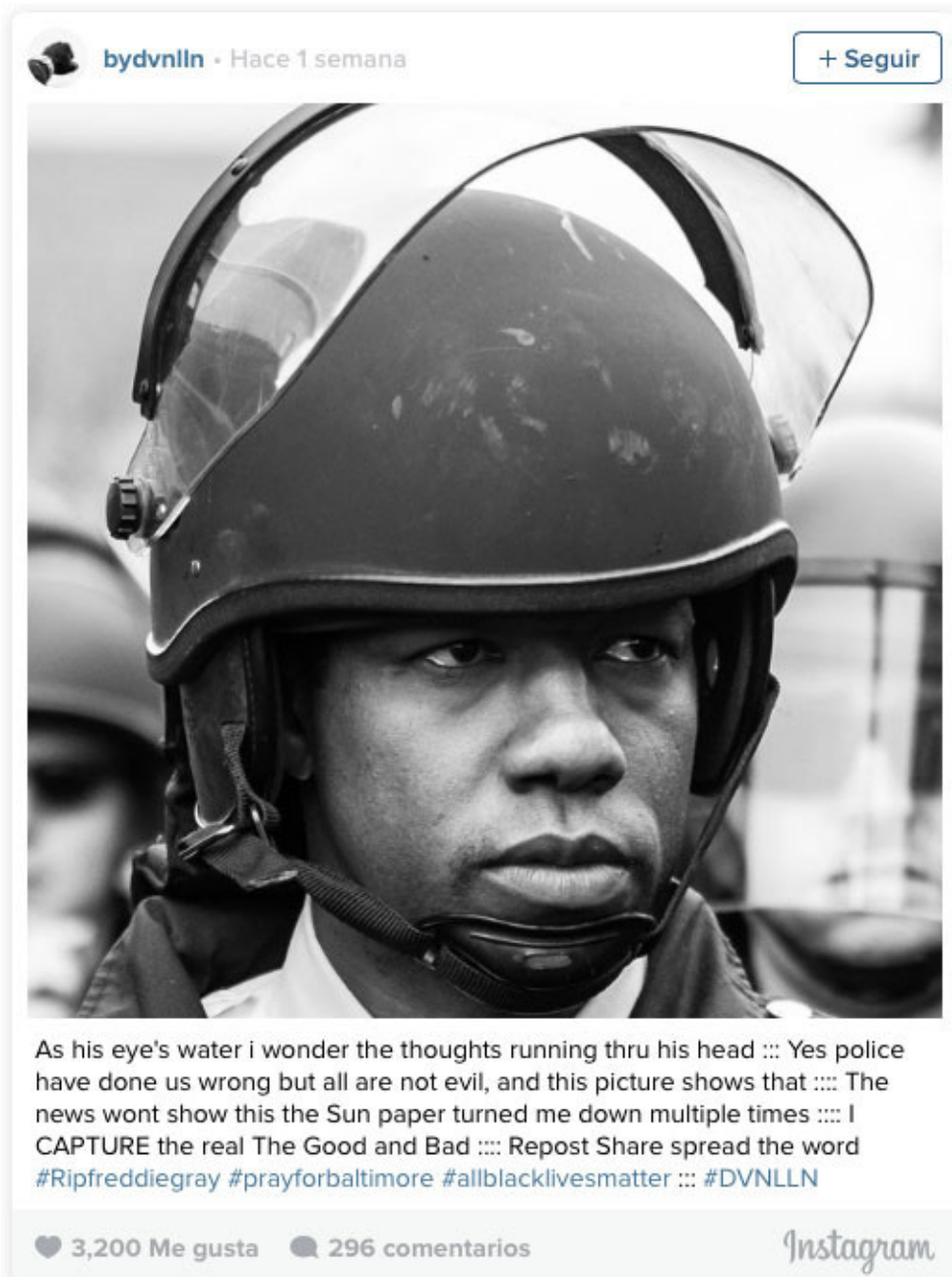
Instagram e le rivolte di Baltimora

Nell'aprile 2015 il giovane fotografo Devin Allen partecipò alle manifestazioni che si scatenarono a Baltimora, città americana in cui è nato e cresciuto. Egli riprese diverse istantanee dell'evento e le pubblicò poi su diverse piattaforme "social" della rete, tra cui Instagram, Twitter e Flickr. Queste ricevettero moltissimi apprezzamenti positivi e il redattore della rivista TIME richiese ad Allen il permesso di utilizzare i tali scatti per l'articolo sulle manifestazioni che il settimanale americano era in procinto di pubblicare. Allen, concedendo alla rivista il permesso di utilizzare i suoi scatti, ottenne un ulteriore successo di pubblico. Il caso di Allen è quindi un buon esempio di foto-giornalismo partecipativo.

Le manifestazioni di Baltimora si scatenarono in seguito alla morte del giovane di colore Freddie Gray che si crede giunse in seguito agli abusi e alle violenze perpetrate ai suoi danni dalla polizia che lo aveva fermato e arrestato perchè in possesso di un coltello a serramanico considerato illegale. In particolare, la morte di Freddie Gray sollevò la questione dell'abuso di potere con presupposti razzisti della polizia americana la quale nello stesso periodo si rendeva colpevole di altri gesti simili in altre città americane. In fondo si dica che la questione razziale, che crea tensioni non solo negli Stati Uniti ma in diverse altre parti del mondo, è un argomento al centro di molte discussioni e che in casi come quello in questione la vera ragione di morte e i colpevoli di essa difficilmente vengono a galla.



38. Allen, Devin. Senza titolo. aprile 2015.



39. Uno dei post di Devin Allen pubblicato su Instagram nell'aprile 2015.



40. La copertina del TIME dell'11 aprile 2015 con l'immagine che Devin Allen pubblicò sui "social network" nei giorni precedenti. Il titolo della rivista esplicita l'intertestualità con cui la rivista ha presentato gli eventi di Baltimora.



41. Allen, Devin. Senza titolo. Aprile 2015

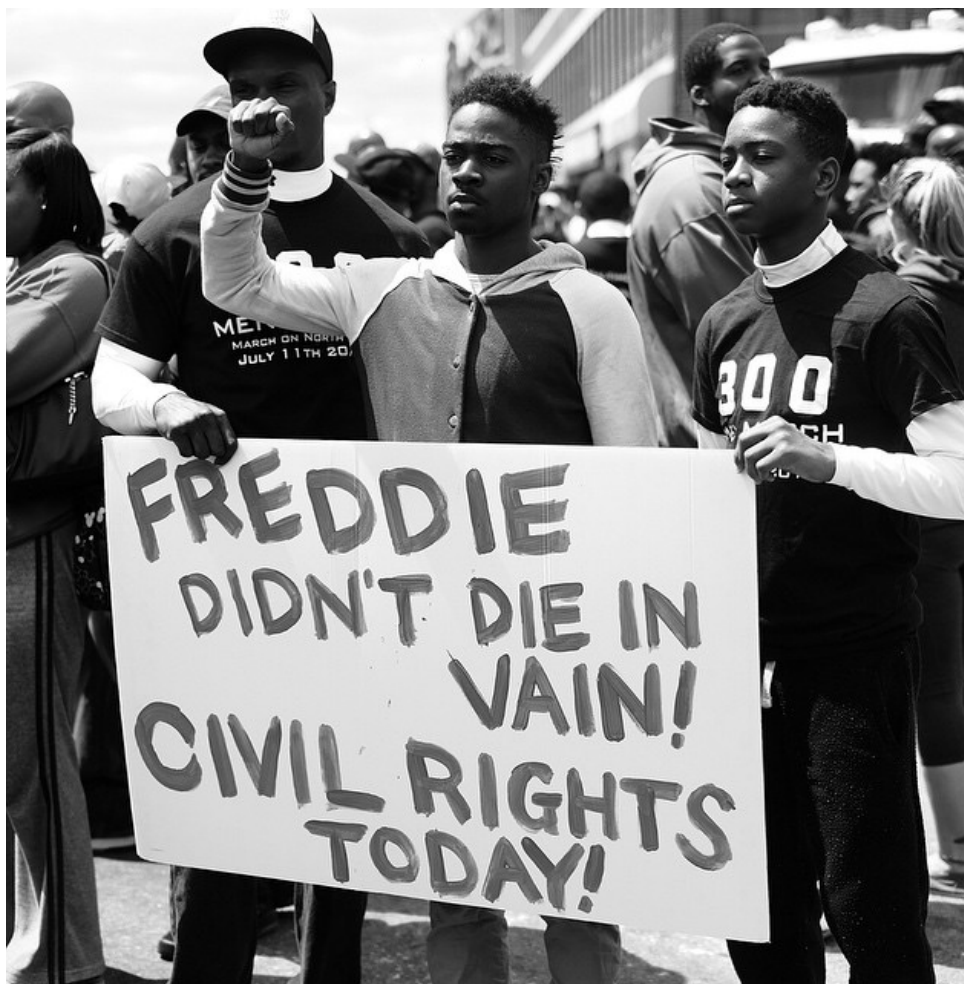
Durante quei giorni andò formandosi un movimento di protesta organizzato il cui nome deriva dallo slogan che i manifestanti inneggiavano in quei giorni: “Black lives matter”. Il movimento “Black lives matter” è un movimento che possiede uno specifico programma politico consultabile dal sito stesso dell’organizzazione.⁴

Tornando alle manifestazioni si dica che queste furono in parte pacifiche e in parte violente. I maggiori quotidiani americani si concentrarono maggiormente sui gesti di violenza e vandalismo di quei giorni; in fondo, la presentazione “metonimica” di una parte per il tutto è una strategia mediatica ampiamente utilizzata. Inoltre si dica che i media preferiscono in generale riportare gli aspetti violenti delle manifestazioni in quanto queste riescono ad attrarre un maggior interesse nel pubblico e meglio si prestano a manipolazioni di carattere politico. Al riguardo e per concludere su questo aspetto si ricordi che le famose tre “S”_“Sesso, Soldi e Sangue”_ sono le tre parole chiave che guidano le scelte di molti editori.

Le immagini realizzate da Allen hanno forti caratteristiche transtestuali. In particolare, queste tendono a rimandare lo spettatore alle immagini delle manifestazioni avvenute in seguito all’assassinio del leader del movi-

⁴ Cfr. Cullors, Patrisse; Tometi, Opal; Garza, Alicia; “<http://blacklivesmatter.com/>”. Ultimo accesso: 04/04/2016.

mento per i diritti civili_Martin Luther King_il quale morì per via di un colpo di pistola sparatogli durante il suo pernottamento in un hotel di Memphis, nello stato americano del Tennessee, il 4 aprile del 1968. Le immagini delle manifestazioni che seguirono l'uccisione di Martin Luther King hanno rappresentato un modello visivo per tutti i racconti delle manifestazioni nere successive.



42. Allen, Devin. Senza titolo. Aprile 2015

Mi si può obiettare che non tutti gli spettatori delle immagini di Allen siano a conoscenza e abbiano visto le immagini relative alle manifestazioni di protesta che si scatenarono negli Stati Uniti dopo l'uccisione di Martin Luther King, ma per quanto questo possa essere vero, gli elementi paratestuali, e basti citare il titolo dell'articolo, costringono lo spettatore odierno a collegare i due eventi. Infatti, gli elementi visivi verbali all'interno di un racconto fotogiornalistico servono proprio ad esprimere e a rendere esplicito ciò che le immagini di per sé non riescono ad esprimere. Il titolo

dell'articolo quindi ha valore contrattuale e stipula che, per comprendere il senso dell'articolo e degli eventi di Baltimora, il lettore dovrà direzionare il suo sguardo e la sua attenzione a quegli indizi che comunicano per somiglianza o per differenza con i due eventi. Solo se il lettore/osservatore "firmerà" il contratto giungerà a cogliere il senso dell'articolo. Alcuni lettori potrebbero, terminata la lettura, concludere che l'America di oggi non è tanto diversa dall'America del 1968: i neri continuano ad essere uccisi e lo stereotipo della razza è ancora operante e presente.



43. Allen, Devin. Senza titolo. Aprile 2015

Inoltre, a sostegno dell'ipotesi di intertestualità tra le immagini di Baltimora e quelle anteriori e relative alle manifestazioni per la morte di Martin Luther King, vi è l'utilizzo del bianco e nero il quale funziona come un "filtro" per il destinatario odierno, filtro che lo costringe ad una visione "storizzata" e "comparativa" degli eventi.

Le fotografie di Allen pubblicate dal TIME sono fortemente iconiche e simboliche. All'interno si riconoscono diversi tropi visivi provenienti dall'iconografia delle rivolte nere; in particolare si sono notati i seguenti: la mano chiusa a pugno come simbolo di lotta, le azioni violente dei giovani manifestanti, i cordoni della polizia e immagini di violenza. Molte immagini inoltre mostrano manifestanti con le mani alzate a simboleggiare il gesto che Gray fece prima di essere arrestato. "Hands Up don't shoot" fu inoltre il grido di protesta che i manifestanti rivolsero ai poliziotti e ai media durante quei giorni.

Bisogna sottolineare tuttavia che solo una parte degli scatti che Allen realizzò in quei giorni furono pubblicate dal TIME e soprattutto che furono proprio quelle maggiormente iconiche. Il "foto-racconto" (se così si può chiamare) che Allen ha condotto, e continua a condurre, attraverso la pubblicazione in Instagram di immagini relative alla vita nelle periferie di Baltimora, è infatti considerabile, per la sua poca iconicità, maggiormente intenso e in grado di opporsi alla visione stereotipata che della città, dei suoi eventi e dei suoi abitanti è stata offerta dai media giornalistici tradizionali.

Le immagini di Allen sono considerabili "antagoniste" in quanto rivelano il contrasto tra il discorso egemonico che i media sostengono nei confronti dei movimenti antirazzisti. Questa capacità di "rivelare l'egemonico" è paradossalmente mostrata proprio dal diverso utilizzo che l'autore fa delle sue immagini e quello che delle sue immagini ne ha fatto il TIME, il quale, tralaltro, ha puntato alla bellezza iconica delle immagini di Allen come farebbero i migliori pubblicitari. Inoltre, l'antagonismo del fotoracconto di Allen riguardo le proteste di Baltimora risiede nella sua capacità di raccontare i momenti dell'evento meno rappresentati dagli altri media.

Le immagini da 44 a 68 sono state pubblicate da Devin Allen su Instagram in contemporanea agli eventi di protesta avvenuti a Baltimora nell'aprile del 2015.⁵

⁵ L'account Instagram di Devin Allen è il seguente: "<https://www.instagram.com/bydvnlln/>". Data Accesso: 14/04/2016.

44



45





46



47

48



49

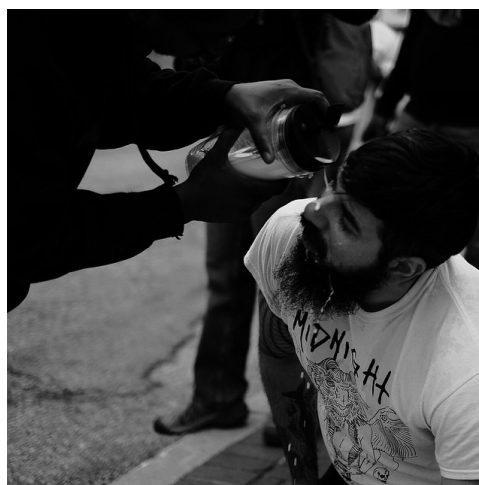




52



53-54





55-56

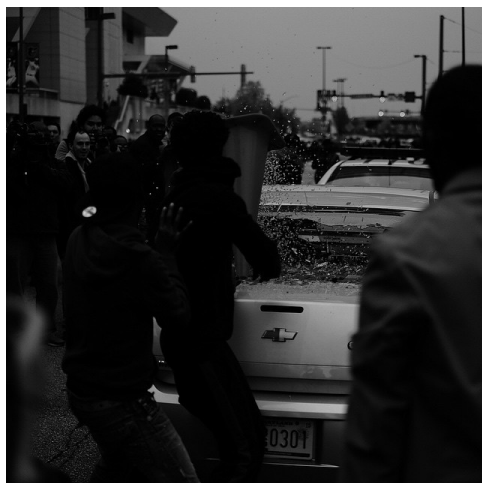


57

58-59



60-61



62



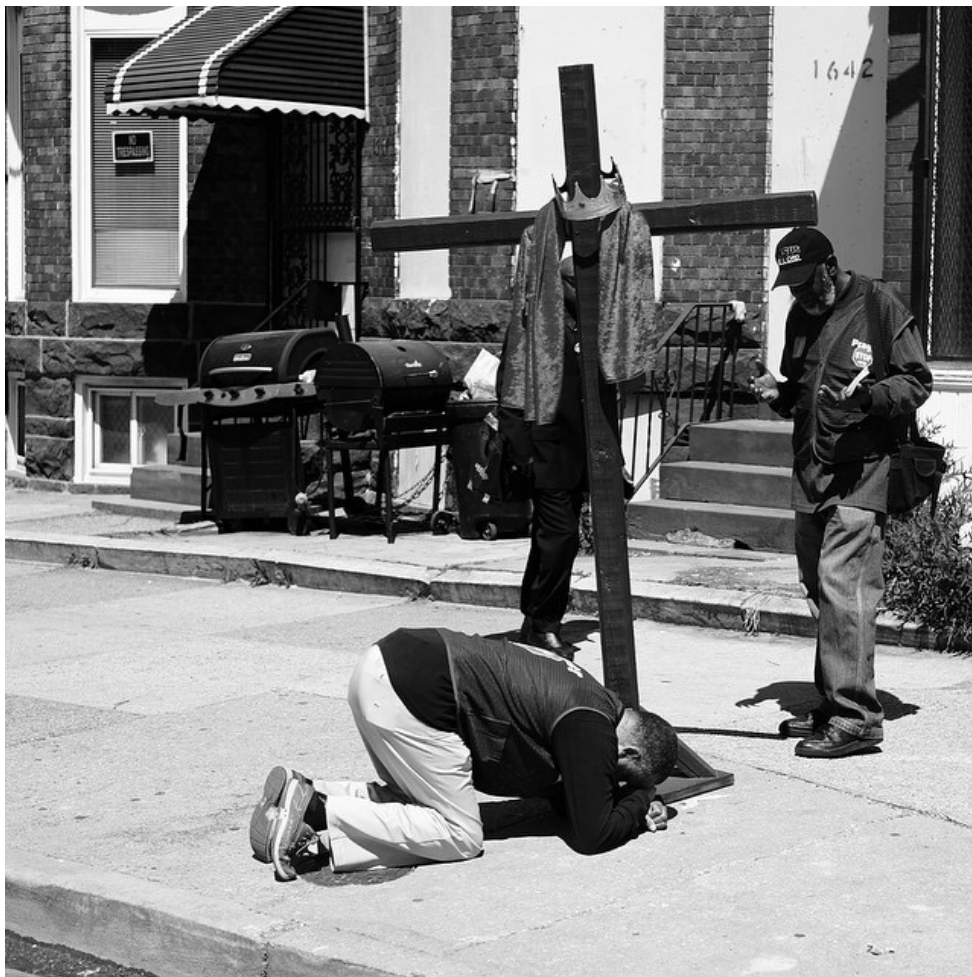


63

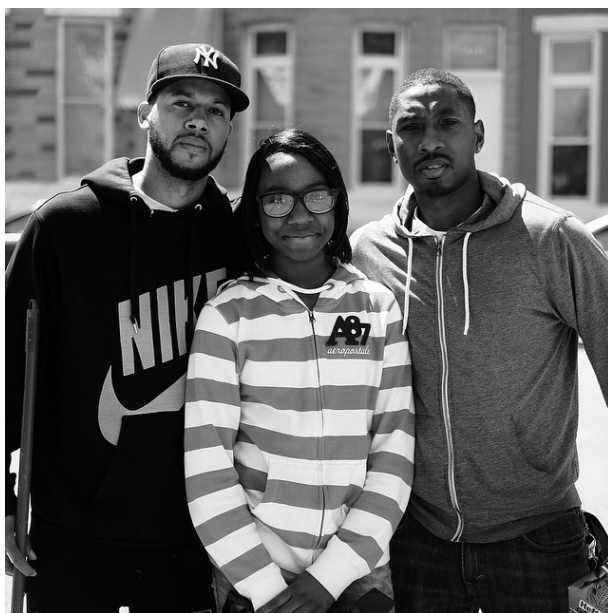


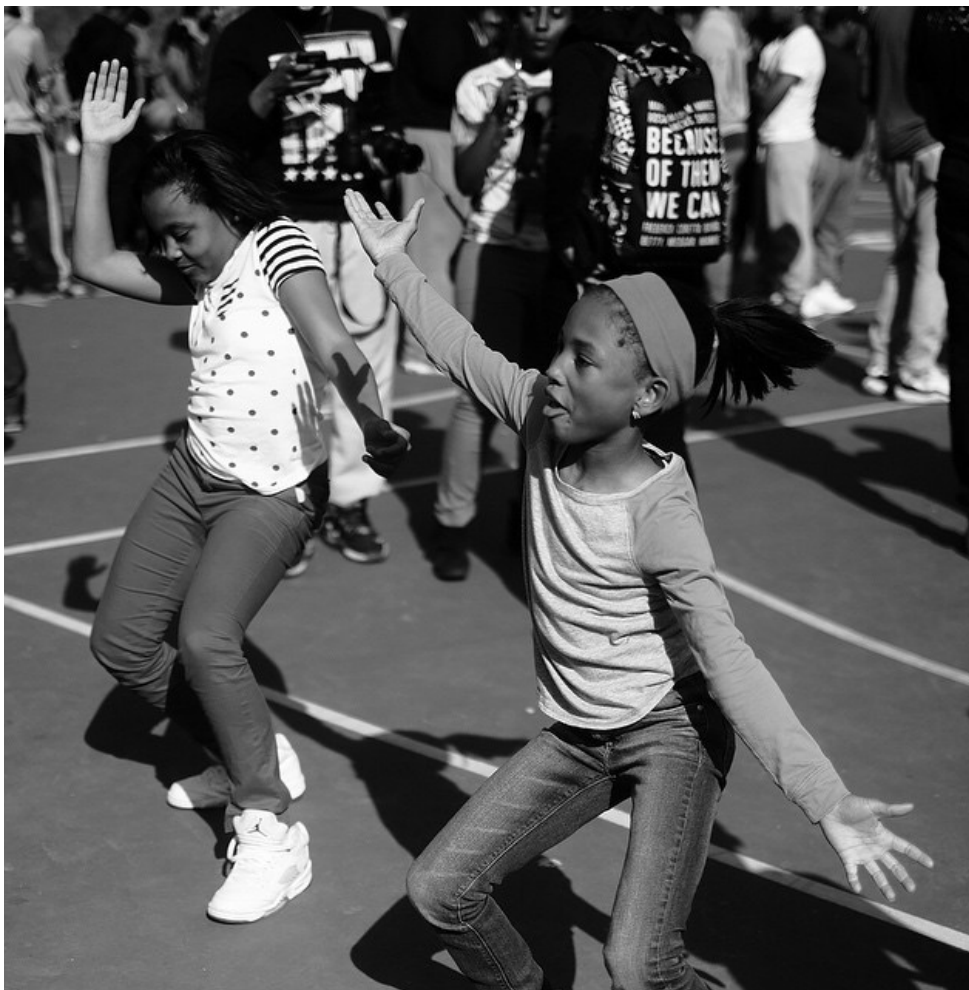
64

65



66





68-69

2.4.Explanatory Journalism

La testata Vox.com è un esempio di “explanatory journalism” (giornalismo di spiegazione). Le modalità di presentazione dei contenuti è chiara e perchè offre all’utente notizie ben contestualizzate e precise ricostruzioni delle cause che scatenano determinate situazioni. Nonostante non si possa definire a pieno titolo come “antagonista”, il modello informativo e comunicativo di vox.com è sicuramente diverso e alternativo rispetto a molti altri modelli di informazione presenti in Rete.



70. Corum, Samuel; Anadolu agency via Getty Images, 27 aprile 2015; Baltimora, Usa. Cfr. Getty Images; “<http://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/protesters-clash-with-police-during-a-riot-over-fotografie-di-cronaca/471371004>”. Ultimo accesso: 10/04/2016.

L’immagine venne utilizzata da Vox.com nella sezione “Card Stacks” a riguardo delle proteste di Baltimora.

Cfr. Lopez, German. “<http://www.vox.com/cards/freddie-gray-baltimore-riots-police-violence>”. Ultimo accesso: 05/04/2016

Vox.com è un sito web americano di informazione. Senza precedenti cartacei, Vox.com è stato fondato dall’ex-blogger e giornalista Ezra Klein e fu lanciato in rete il 6 aprile del 2014. Il principale obiettivo comunicativo di Vox.com è di contestualizzare e far comprendere le notizie d’attualità. Questa volontà “esplicativa” della testata americana appare essenziale in un contesto mediatico, come l’attuale, caratterizzato dalla sovrabbondanza informativa. Vox. com persegue l’obiettivo di spiegare i fatti offrendo ai lettori la possibilità di comprendere la notizia anche se questi non conoscono o non hanno seguito lo svolgersi di essa e non conoscono quindi il contesto storico-sociale in cui l’evento si colloca.



71.Thayer, Eric; 29 aprile 2015, Baltimora, Usa.

Cfr. Reuters; "<http://pictures.reuters.com/C.aspx?VP3=SearchResult&VBID=2COBXZI206EXR&SMLS=1&RW=1440&RH=682#/SearchResult&VBID=2COBXZI20XF69&SMLS=1&RW=1440&RH=682&PN=2&POPUPPN=93&POPUPIID=2COBF1OW4ATRO>".
Ultimo accesso:10/04/2016.

La linea editoriale di Vox.com è presentata nell'articolo di Ezra Klein pubblicato il giorno del lancio in Rete del sito e intitolato "How politics make us stupid"¹. L'articolo, a grandi linee, afferma che la testata si proporrà di favorire la crescita di una democrazia attiva e per questo si mostra intesa a mostrare e denunciare i pregiudizi mediatici e politici che affievoliscono il dibattito pubblico e che creano un disinteresse diffuso nei confronti della politica. Dall'articolo si evince inoltre la volontà di Vox.com di presentare gli eventi in maniera logica e "scientifica" assumendo un taglio colloquiale, semplice e facilmente comprensibile.

Dal punto di vista grafico, Vox.com presenta i contenuti in maniera diversa rispetto alla maggior parte dei siti web d'informazione. Il sito non presenta infatti una netta divisione in sezioni e la sua impostazione è più simile a quella di un blog. In particolare, la presentazione dei contenuti sottostà ad una griglia formata da quattro colonne e quindici righe in cui immagini e titoli rimandano alle sezioni interne.

L'offerta informativa di Vox.com è caratterizzata dall'utilizzo di cosiddette Card Stacks. Queste, in maniera simile alle Wiki-Card, contestualizzano e

¹ Cfr. Klein, Ezra, "<http://www.vox.com/2014/4/6/5556462/brain-dead-how-politics-makes-us-stupid>". Ultimo accesso: 05/04/2016.

offrono definizioni utili alla comprensione dell'argomento scelto. In particolare, le card stacks di Vox.com sono una serie di "carte" che, affiancate tra loro in maniera sapiente, sono in grado di sostenere un preciso punto di vista sull'argomento in questione e fanno apparire le posizioni contrarie come affette da pregiudizi.²

L'utente di Vox.com, accede alla sezione dedicata alle card stacks dalla homepage del sito, ma è costretto a superare la linea del first scroll per giungervi. Nel rettangolo della homepage dedicato alle card stacks sono presentati i titoli delle cinque card stacks, dal più recente al meno recente. L'utente può quindi accedere ad una specifica card stack, cliccando su uno dei titoli, oppure essere rinvio alla pagina della sezione, (cliccando su Card stacks) dove sono presenti, sempre dal più recente al meno recente, tutte le card stacks finora redatte.

Ad esempio riporto le Card Stacks inerenti le rivolte avvenute a Baltimora, città degli Stati Uniti d'America che si trova nello stato del Maryland, in seguito alla morte del giovane di colore Freddy Gray, avvenuta il 19 aprile 2015.

Le Card Stacks riguardanti la morte di Freddie Gray e le rivolte di Baltimora sono 9 e contengono elementi di testo, immagini, infografiche, video e link a contenuti esterni ed interni al sito. Queste sono organizzate in maniera cronologica e sottostanno ad un principio di consequenzialità logica.³

La navigazione tra queste 9 carte può avvenire in maniera non sequenziale, attraverso una barra di navigazione posta a sinistra dello schermo, oppure in maniera sequenziale, facendo scorrere le varie carte attraverso dei pulsanti che ci mandano avanti e indietro tra le carte.

Ogni carta utilizza in qualità di link di approfondimento alcune parole presenti all'interno del testo dell'articolo; questi link ci rimandano a contenuti interni oppure esterni al sito; molti link esterni ci portano agli articoli, inerenti il caso, del "The Baltimore Sun", testata locale di Baltimora.

Al termine di ogni carta l'utente ha la possibilità di giudicare quanto quell'articolo abbia soddisfatto le sue esigenze conoscitive rispetto all'argomento. Inoltre l'utente può sempre decidere di pubblicare su facebook o twitter la carta che sta leggendo oppure tutte le carte riguardanti l

² Si noti che la tecnica di "card stacking", letteralmente delle "carte affiancate", è una tecnica di propaganda, utilizzata in diversi ambiti, che cerca di manipolare, enfatizzando un aspetto e reprimendone un altro, la percezione dell'audience riguardo il tale argomento.

³ Lopez, German. "http://www.vox.com/cards/freddie-gray-baltimore-riots-police-violence". Ultimo accesso: 05/04/2016

Al termine della navigazione e della consultazione di queste card stacks si ha una panoramica dettagliata e precisa dell'evento, dei personaggi coinvolti, dei precedenti storici e del contesto; in particolare sembra che si sia potuto venire a capo della situazione e in grado di esprimere un parere coscienzioso riguardo l'accaduto.

Vox 72

The Baltimore protests over Freddie Gray's death, explained

Edited by *German Lopez*

Baltimore was roiled by weeks of tense protests after the April 19 death of Freddie Gray, a 25-year-old black man who died of a spinal cord injury while in police custody.

START>

BROWSE CONTENT 73

1. The Baltimore protests erupted after Freddie Gray's mysterious death
2. Freddie Gray died after he suffered a fatal neck injury in a police van
3. Protests in Baltimore over Freddie Gray's death sometimes turned into riots
4. Baltimore has a troubled history with police brutality
5. Life expectancy in different Baltimore neighborhoods can vary by decades
6. At the center of the Baltimore protests: racial disparities in the criminal justice system
7. Police officers are rarely tried and convicted for use of force
8. Share this card stack!
9. Explore

72-73. Screenshots da: Lopez, German. "http://www.vox.com/cards/freddie-gray-baltimore-riots-police-violence". Ultimo accesso: 05/04/2016.

74



75



74-75-76-77. Alcune delle immagini rilasciate dall'agenzia Getty Images inerenti le rivolte di Baltimora.

74. Drew, Anger; 27 aprile 2015, Baltimora, USA;
Cfr. Getty Images; "<http://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/with-baltimore-police-officers-in-riot-gear-fotografie-di-cronaca/471375014>".
Ultimo accesso: 10/04/2016

75. Drew, Anger; 27 aprile 2015, Baltimora, USA;
Cfr. Getty Images; "<http://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/with-baltimore-police-officers-in-riot-gear-fotografie-di-cronaca/471375015>".
Ultimo accesso: 10/04/2016



76



77

76. Somodevilla, Chip. 27 aprile 2015. Baltimora, Usa.
Cfr. Getty Images; "<http://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/demonstrators-climb-on-a-destroyed-baltimore-fotografie-di-cronaca/471381728>".
Ultimo accesso: 10/04/2016.

77. Drew, Anger; 27 aprile 2015, Baltimora, USA;
Cfr. Getty Images; "<http://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/people-stand-on-a-damaged-baltimore-police-car-fotografie-di-cronaca/471375026>";
Ultimo accesso: 10/04/2016.

Foto-giornalismo Immersivo

Il caso della navigazione ipertestuale consiste nella simulazione di una realtà virtuale navigabile ed esplorabile dall'utente. La navigazione avviene attraverso una serie di punti chiave rappresentati da un segno grafico in sovrapposizione all'elemento fotografico. Si tratta di una navigazione guidata poiché l'utente ha a disposizione un ventaglio di scelte predefinite; la realtà virtuale non consiste nella ricreazione di uno spazio parallelo navigabile a piacimento, ma, attraverso link di diverso tipo, è possibile la connessione di diversi scenari di una realtà esistente. I link possono guidare quindi l'utente nell'esplorazione del luogo, dei punti di vista caratteristici dell'ambiente preso in esame. Essi fungono da riferimento per la navigazione, ad esempio se in una foto è presente l'ingresso di una casa o la vetrina di un negozio, utilizzando il link posizionato su di essi è possibile vedere a schermo una diversa fotografia raffigurante l'interno dello stabile, o i dettagli della facciata o le persone che vi abitano, ecc.

78



78. Immagine da: "<http://www.thinglink.com/>. Progetto: "The Face of Hunger in Syria".

Nel caso degli elementi a popup di approfondimento, il segno grafico, posizionato sull'elemento esplorabile, consente, tramite l'interazione con esso, di aprire una finestra in overlay che fornisce informazioni aggiuntive sull'elemento in questione. Può trattarsi in questo caso di testi di natura diversa da quello fotografico, come elementi testuali, link ipertestuali, vi-

deo ecc.

L'informazione non è solamente ristretta ad elementi fotografici ma fornisce diversi livelli di lettura alla fotografia, attraverso molteplici canali comunicativi.

In linea generale il tag è una parola chiave o un termine associato a un'informazione (un'immagine, una mappa geografica, un post, un video clip ...), che descrive l'oggetto rendendo possibile la classificazione e la ricerca di informazioni basata su parole chiave. Nell'era dei social network, in particolare di Facebook, il termine "taggare" si usa anche quando si inserisce il riferimento all'identità di una persona presente in una fotografia. Ed è proprio questo il caso di Gigapixel panorama prodotto da Getty Images dove, allo scopo di creare coinvolgimento su una fotografia, è data la possibilità agli utenti di riconoscersi all'interno di una foto ad altissima risoluzione e contrassegnare la propria presenza all'evento tramite un tag.

L'immagine è quindi sia esplorabile, grazie alla sua altissima risoluzione, arricchita attraverso informazioni aggiuntive popup, sia sociale, poiché sono gli utenti del web che possono intervenire direttamente nella creazione dei popup stessi.

Il tagging dell'immagine è stato utilizzato dal New York Times per proporre diversi punti di vista sull'incidente avvenuto alla maratona di Boston il 15 aprile 2013. Il tagging è stato utilizzato all'interno dell'immagine fotografica scattata nel momento della corsa, esattamente all'istante 4:09:43 dall'inizio della gara, momento in cui l'incidente è avvenuto (fig.79).

La fotografia inquadra una visione panoramica del momento cruciale: l'esplosione della prima bomba. Sono presenti allo stesso tempo i partecipanti alla maratona, gli spettatori, gli organizzatori e l'esplosione nella parte destra dell'immagine. Sovrapposti all'immagine sono rappresentati i nomi di alcune persone presenti nell'immagine e, interagendo con essi è possibile raggiungere diverse parti dell'articolo dove sono proposti contenuti fotografici, testi e interviste alla persona selezionata.

Particolare in questo caso è l'iter progettuale adottato:

1. l'evento, ripreso dalla NBC si trasforma in catastrofe
2. un frame della camera della NBC viene scelto come significativo e maggiormente descrittivo dal NYT
3. il frame viene analizzato e vengono condotte interviste alle persone

rappresentate nell'immagine

4. il risultato viene proposto come un unico progetto

Si ha quindi una intersezione di due mezzi differenti: la cronaca in diretta dell'evento e il progetto di reportage post-evento. Il reportage assume e rende evidente la sua natura di lettura analitica di un evento e delle conseguenze che questo ha avuto sulle persone.

Per fotografie 3d si intende la sovrapposizione di due immagini, una composta da un soggetto e l'altra dal suo sfondo. Mediante uno strumento di ritaglio si isola nella prima il soggetto e lo si sovrappone allo sfondo, rendendo possibile la simulazione di tridimensionalità attraverso l'effetto di parallasse creato dalla sovrapposizione di più piani. Tuttavia per poter apprezzare l'effetto occorre simulare anche il movimento dello spettatore, ricorrendo a una registrazione video dell'effetto ottenuto, o ad una simulazione interattiva.

Con questa modalità di presentazione l'elemento fotografico viene parecchio stravolto, creando un vero e proprio montaggio di una realtà inesistente, un collage di due fotografie che potrebbero non avere niente a che fare l'una con l'altra. L'apposizione di uno sfondo piuttosto che un altro potrebbe seriamente minare l'autenticità dello scatto. Bisogna quindi credere in questo caso che lo sfondo aggiunto sia esattamente lo stesso che stava realmente dietro al soggetto, e non quello di un altro luogo scelto ad hoc. Inoltre la ripresa dello sfondo deve necessariamente avvenire in un momento diverso da quello dello scatto, quando cioè non c'è il soggetto davanti all'inquadratura, il che crea la necessaria sovrapposizione di due momenti differenti; nonchè, nello scatto del solo sfondo non tiene conto dell'influenza del soggetto sull'ambiente circostante.¹⁸

Un altro elemento in molti progetti di presentazione multimediale delle fotografie è il movimento delle immagini sullo schermo. L'immagine non viene in questo caso tagliata o modificata in nessun modo, viene però modificata la sua cornice, che ne delimita l'area visibile seguendo una progressione temporale. In questo modo viene influenzata la lettura dell'immagine stessa. Lo sguardo dello spettatore è portato a seguire le linee guida dettate dal movimento della camera virtuale che inquadra diverse sezioni dell'immagine originale e ne indaga i diversi dettagli spostandosi su di essa nel tempo.

La tecnica di movimento delle immagini è molto utilizzata nelle presen-

¹⁸ Cfr. Pontiroli, Francesco. "Comunicare con le immagini", Tesi di Laurea, Politecnico di Milano, 2014.

4:09:43

On Monday, April 15 — at approximately 2:50 p.m., just over four hours into the race — the first of two bombs exploded near the finish line of the Boston Marathon. This image, taken from the NBC broadcast of the race, shows the flash of the explosion and the final split-second of normalcy before the area turned into what witnesses described as a war zone. Here are the stories of the runners and spectators seen in this image.



4:09:43

This image, from the NBC broadcast of the race, shows the flash of the first explosion. Here are the stories of some of the people seen near the finish line.



John H. Johnson for The New York Times

Dawn Clark, 35, health coach, Fort Mill, S.C.

4 min

"I looked at my hands and I was shaking."

Ms. Clark was running for Dream Big!, an organization that provides sports equipment and programs for low-income and homeless girls in the Boston area. Her husband, Brian, and two daughters, ages 7 and 11, were sitting in the stands directly across from the first explosion.



John H. Johnson for The New York Times

Deborah Marlowe, 52, executive producer, Chesham, Wis.

4 min

"I just continued to kind of wander the streets and walk in circles, crying."

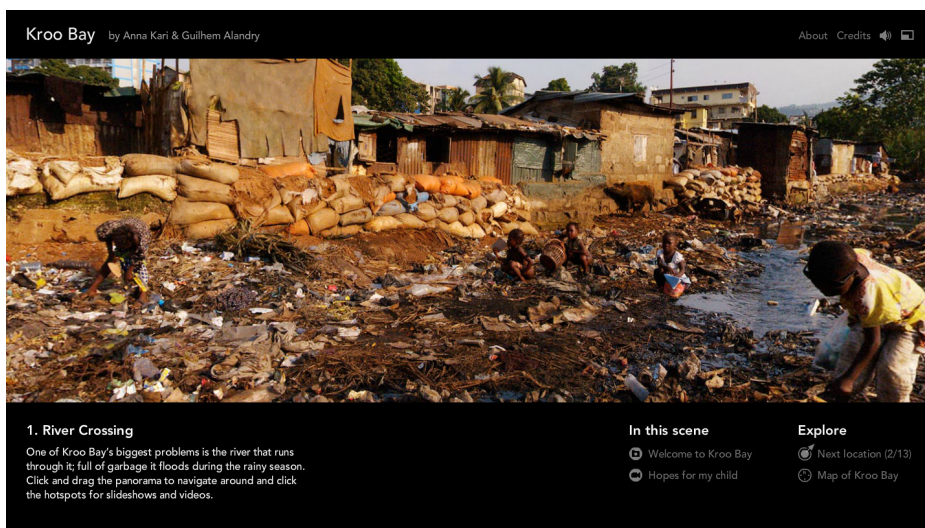
Ms. Marlowe began running in 2004, in part for the chance to be with friends. She could barely run a half a mile. Now, in long-distance races, she looks forward to getting to mile 14 or 15, when she can start passing people.

79. Immagine dal "NewYorkTimes.com" inerente il caso della bomba esplosa durante la Boston Marathon del 15 aprile 2013. Cfr. The New York Times. "<http://www.nytimes.com/topic/subject/boston-marathon-bombings>". Data accesso: 13/04/2016.

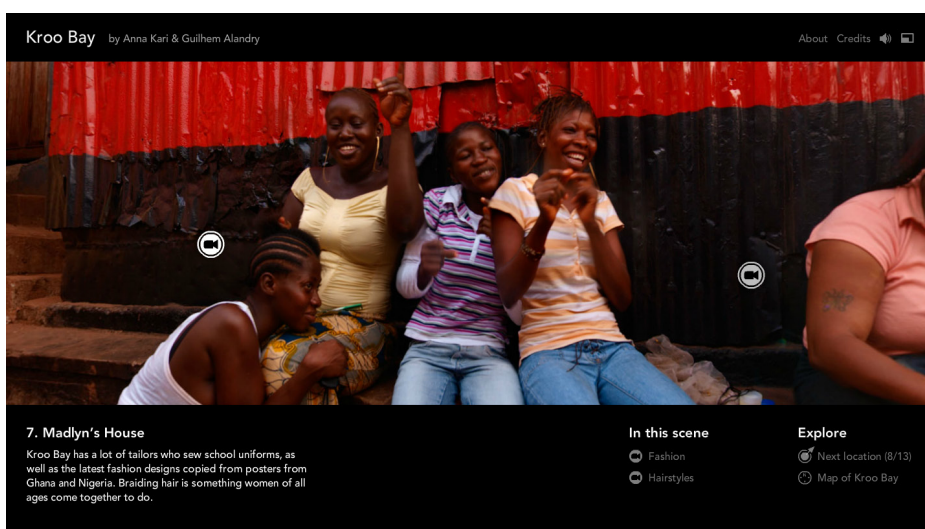
80



81



82



80-81-82. Alcune immagini dal fotoreportage interattivo: "This is Kroo bay". Progetto di Doculab: "<http://www.doculab.eu/>". Cfr. Kâri, Anna; Alandry, Guilhem; Munck Birch, Anne Marie; "<http://www.doculab.eu/project/kroo-bay/>". Data accesso: 09/04/2016.

tazioni video, ma in questi essa ne condiziona molto la fruizione, limitando la visione in un tempo prefissato e non ne consente l'osservazione personale per il tempo che si vuole dedicarle. Inoltre condiziona il focus solo su alcune sezioni prefissate dell'immagine, tralasciandone altre che potrebbero risultare significative.

“This is kroo bay” è un progetto multimediale interattivo realizzato dallo studio Doculab per l'ONG Save the Children. Questo utilizza viste panoramiche navigabili a 360 gradi per far conoscere all'utente la realtà dello slum di Freetown in Sierra Leone.¹⁹

Mentre l'utente compie l'azione di panning della camera all'interno delle panoramiche a 360 gradi di diverse aree dello slum, può decidere di fermarsi e ascoltare storie di residenti. Nonostante l'enorme distanza fisica e culturale, l'interattività che This is Kroo Bay offre con i luoghi e le persone dello slum, ricrea nell'utente un'esperienza importante e intima facendolo sentire immerso nella situazione rappresentata.

Inoltre, il sito, (costruito in webisodes), offre ai lettori la possibilità di inviare messaggi tra loro e con i residenti dello slum e le persone possono fare donazioni e mantenere traccia degli sviluppi del quartiere. A Kroo bay, con l'aiuto delle donazioni raccolte attraverso il sito, è stata aperta una clinica.

¹⁹ Cfr. Kâri, Anna; Alandry, Guilhem; Munck Birch, Anne Marie; <http://www.doculab.eu/project/kroo-bay/>; ultimo accesso 09/04/2016.

3. Foto-giornalismo e Design antagonista

We believe that by speculating more, at all levels of society, and exploring alternative scenarios, reality will become more malleable and although the future cannot be predicted, we can help set in place today factors that will increase the probability of more desirable futures happening. And equally, factors that may lead to undesirable futures can be spotted early on and addressed or at least limited.

Fiona Raby, Anthony Dunne

3.1. Definiamo il Design “antagonista”

Il Design antagonista è una corrente teorica del design contemporaneo che si oppone alla concezione tradizionale e comunemente accettata che vuole il design come pratica volta alla risoluzione di problemi. Al contrario, i progettisti “antagonisti” ritengono che si progetti per promuovere visioni critiche della situazione presente e intendono, attraverso la creazione di oggetti “scomodi”, favorire la discussione e il dibattito. Il Design antagonista assume quindi una posizione critica nei confronti della tradizionale cultura del progetto.¹

Il principale teorico del Design antagonista è il massmediologo Carl di Salvo. Egli descrive il Design antagonista come un nuovo modo di progettare le cose che, invece di puntare a promuovere il consenso e l'efficienza, si ispira ad un'idea di antagonismo e di contestazione generalizzata delle norme e degli aggiustamenti politici e sociali. In particolare, il design antagonista sarebbe in grado di fornire gli spazi di confronto_ sottoforma di prodotti, servizi, eventi e processi_ attraverso i quali le inquietudini e le questioni sociali possono essere espresse e affrontate.²

¹ Posizioni simili a quelle del design antagonista non sono una novità. Ad esempio, in Italia negli anni '60 e '70 del secolo scorso andò sviluppandosi la corrente del “design radicale” la quale fu fortemente critica non solo nei confronti dell'ideologia e dei valori della società consumista, ma anche e soprattutto delle ricadute che tale ideologia aveva sulla pratica della progettazione.

² Cfr. Di Salvo, Carl. “Adversarial design”, MIT press, 2012. p 2.

A

Affirmative
Problem solving
Provide answers
Design for production
Design as solution
In the service of industry
Fictional Functions
For how the world is
Change the world to suit us
Science fiction
Futures
The “real” real
Narratives of production
Applications
Fun
Innovation
Concept design
Consumer
Makes us buy
Ergonomics
User-Friendliness
Process

B

Critical
Problem finding
Asks questions
Design for debate
Design as medium
In the service of society
Functional fictions
For how the world could be
Change us to suit the world
Social fiction
Parallel worlds
The “unreal” real
Narratives of consumption
Implications
Humor
Provocation
Conceptual design
Citizen
Makes us think
Rhetoric
Ethics
Autorship

83. Raby, Fiona; Dunne, Anthony. “A/B”. 2014.

Cfr. Dunne, Anthony; Raby, Fiona. “Speculative everything”, MIT press, 2014. p. vii

Per offrire una definizione più precisa dei principi del “design antagonista” riporto lo schema A/B realizzato da Anthony Dunne e Fiona Raby che, nonostante realizzato per definire la corrente di cui fanno parte e che chiamano “Speculative” (e anche “Critical Design”) trovo tuttavia utile e adeguato mostrarlo soprattutto per via della somiglianza dei due movimenti: il primo più politico, il secondo più artistico-concettuale. Nello schema (fig. 83) si trovano a sinistra i principi che dirigono il design tradizionale e a destra i principi del design da loro definito come “speculative” o “critical”. Lo schema funge come un vero e proprio manifesto.

3.2. Discorsi egemoni e pratiche antagoniste

Da questa prima ricognizione emerge che i concetti di “antagonismo”, conflitto ed egemonia sono fondamentali per comprendere i principi e le modalità progettuali alla base del Design antagonista e quindi meritano di essere compresi e approfonditi.

In generale, all'interno delle teorie politiche, il concetto di “antagonismo” indica che l'idea stessa di democrazia è intrinsecamente collegata a quella della contesa, del contenzioso e del polemico. L'“antagonismo” sarebbe quindi una pratica intellettuale, quindi non violenta, che stimola il disaccordo e il confronto e considera tale situazione di disaccordo come base per la crescita democratica della società. Quindi, coloro che sposano un approccio antagonista alla democrazia, incoraggiano il dissenso e considerano la contestazione come una pratica fondamentale a mantenere in vita l'apparato democratico stesso. In questo modo, la democrazia antagonista è diversa da una democrazia di assoggettamento passivo che valorizza il consenso e l'approccio razionale.

La politologa francese Chantal Mouffe ritiene l'antagonismo come una conseguenza di ciò che lei definisce il “paradosso della democrazia” : attraverso l'antagonismo infatti ci si sforzerebbe di creare una pluralità di visioni pur sapendo che tale pluralità non potrà mai essere raggiunta. Ovvero l'antagonismo, puntando a voler raggiungere un pluralismo di visioni rispetto determinate situazioni e eventi, giocherebbe a sfavore della *governance*, della gestione politica della vita, la quale richiede invece, per essere operativa, un accordo d'intesa e mutua fiducia tra le parti.

Quindi, da una prospettiva “antagonista”, la democrazia è una situazione in cui i fatti, le credenze e le attività che si svolgono all'interno della società sono sempre poste sotto esame e criticate. Per questo si può dire che il più elementare obiettivo del design antagonista sia quello di creare quegli “spazi di confronto” che offrano l'opportunità ad altri di partecipare alla contestazione. In particolare, come sottolineato da Di Salvo, il “design

antagonista” intende incorporare quelli che definisce “spazi di confronto” all’interno degli oggetti, servizi, eventi e processi che progetta e crea.

Il concetto di “conflittualità” intrinseco al concetto di antagonismo sostenuta da Chantal Mouffe, e ripreso da Di Salvo, è un altro utile concetto per definire i principi attraverso cui il design antagonista opera. Questo si basa essenzialmente sulla distinzione tra il concetto di “nemico” e il concetto di “avversario”. Sia Chantal Mouffe che Carl Di Salvo considerano infatti il “conflitto” non come una situazione in cui si tenda ad eliminare e distruggere il nemico bensì come una situazione di disaccordo non violento inteso a creare una situazione “agonistica” tra le parti in causa, siano essi progettisti e utenti, istituzioni governative e cittadini. Per questo, il concetto di antagonismo promosso da Di Salvo è un particolare tipo di conflitto che, non essendo meramente simbolico, ha profonde conseguenze sociali, materiali ed esperienziali, ma non tende all’annullamento dell’avversario e delle sue idee.

In questa prospettiva il design antagonista è un tipo di progettazione che intende migliorare e rendere più efficace la *governance*, ovvero quel meccanismo attraverso cui stati, organizzazioni o gruppi sono mantenuti coesi, ma intende farlo attraverso progetti che stimolino un dialogo complesso tra istituzioni e cittadini e non attraverso un miglioramento dell’efficacia comunicativa tra le parti. Per questo si ritiene il design antagonista come un design politico e non un design *per* il politico. Ad esempio, un design politico tenderà a facilitare la comunicazione tra sanità e cittadini attraverso la realizzazione di dépliant in grado di spiegare il funzionamento di una determinata struttura ospedaliera, mentre un design *per* il politico cercherà di mostrare i presupposti ideologici che hanno determinato la “forma” di tale struttura sanitaria con il fine di mettere in discussione se la tale forma sia la più adeguata o meno.

Ancora, mentre il design *per* il politico si propone di supportare e migliorare i meccanismi e le procedure di *governance* e tenderà, per esempio, ad aumentare la partecipazione al voto e renderla più efficace attraverso la realizzazione, per esempio, di campagne per la sensibilizzazione al voto, il design *per* il politico sarà interessato a far riflettere i cittadini sul loro disinteresse alla partecipazione al voto e da cosa questo loro atteggiamento di disinteressato e indifferenza derivi.

“Critical design” and “Tactical Media” sono due modalità progettuali che condividono molte caratteristiche di somiglianza nei confronti del design antagonista e meritano quindi attenzione. In particolare, entrambe si pongono l’obiettivo di generare una situazione “agonistica” in quanto il loro obiettivo è più quello di creare dibattito su quale sia il futuro che

le persone preferiscono piuttosto che favorire l'accettazione passiva dello stesso.

“Critical design” è un termine coniato da Anthony Dunne e Fiona Raby a metà degli anni '90 del secolo scorso per descrivere una pratica di design che utilizza i prodotti per sollevare questioni di interesse sociale e culturale e per esprimere una posizione critica nei confronti della pratica “tradizionale” del design.

Dunne e Raby così definiscono il “critical design”:

Critical design is related to haute couture, concept cars, design propaganda, and vision of the future, but its purpose is not to present the dreams of industry, attract new business, anticipate new trends, or test the market. Its purpose is to stimulate discussion and debate amongst designers, industry, and the public about the aesthetic quality of our electronically mediated existence. It differs too from experimental design, which seeks to extend the medium, extending it in the name of progress and aesthetic novelty. Critical design takes as its medium social, psychological, cultural, technical, and economic values, in an effort to push the limits of the lived experience, not the medium.³

Il Critical design, nella sua fase iniziale, si è concentrato sull'analisi delle nuove tecnologie informatiche. In particolare, alcuni prototipi presentati da Dunne e Raby esplorano le conseguenze dell'aumento delle onde magnetiche e radio nell'ambiente in seguito al forte aumento degli strumenti elettronici digitali. Tali prototipi hanno assunto un tono decisamente oscuro e rappresentano quello che Dunne e Raby definiscono come “Design Noir”. In particolare, la “Faraday Chair” (fig. 84), che appare come un acquario delle dimensioni umane, è progettato con lo scopo di offrire un rifugio alla onnipresente presenza delle onde radio e proteggere dai loro sconosciuti effetti sul corpo. Il prototipo dovrebbe offrire un ritiro, un nuovo luogo per sognare, lontano dal costante bombardamento delle telecomunicazioni e delle radiazioni elettriche.⁴

I lavori più recenti di Dunne e Raby si concentrano sui cambiamenti che le biotecnologie e la robotica potrebbero causare alle nostre vite e i loro prototipi continuano a sollevare domande riguardo quale delle prospettive future siano preferibili. Tra questi si ricordino almeno il progetto “Is this your future?” (2004) che esplora le possibilità offerte dalla produzione ca-

³ Dunne, Anthony; Raby, Fiona. “Design Noir: The secret Life of Electronic Objects”, Birkhauser, Basilea, 2001. p.58

⁴ Cfr. Roth, Martin, V&A Museum “Search and Collection” website; “<http://collections.vam.ac.uk/item/O63805/faraday-chair-chair-dunne-raby/>”; Ultimo accesso: 10/04/2016.

salinga di bioenergia e rivela come si possa ricavare energia dai corpi di animali morti e attraverso il riciclo dei rifiuti umani oppure “technological Dreams series: No.1, Robots” (2007) che esplora forme alternative di interazione tra uomini e robot, come ad esempio l’interazione neurotica e i “robot bisognosi”.

Tactical media è un termine utilizzato per descrivere diversi lavori e pratiche che manipolano la tecnologia per produrre artefatti, sistemi ed eventi che criticano la società contemporanea. In particolare, Tactical media è un esempio di pratica artistica che critica la pratica del design e della produzione di oggetti. Il tactical media venne definito dai teorici dei media David Garcia e Geert Lovink.

Come si diceva, il concetto di egemonia è altrettanto fondamentale per comprendere il design antagonista. Infatti, un progetto è definibile come “antagonista” se è in grado di rivelare i presupposti ideologici ed egemonici che hanno contribuito a plasmarlo e a farne di esso quello che è.

Il concetto di egemonia che offrono i politologi Laclau e Mouffe è profondamente diverso rispetto a quello elaborato da Gramsci⁵. Questi infatti non definiscono il concetto di egemonia dal punto di vista della lotta di classe e dell’opposizione tra “proletari” e “capitalisti” bensì considerano l’egemonia come una strategia discorsiva in cui le pratiche egemoniche sarebbero tutte quelle pratiche che uniscono, liberamente e dinamicamente, diverse prospettive e visioni della storia, delle idee e intenzioni intorno a problemi di carattere ideologico.

Essi quindi considerano l’egemonia come il prodotto di una serie di pratiche poste in opera allo scopo di tentare di creare un certo ordine in un contesto contingente e non, quindi, come un processo per mantenere inalterate le gerarchie di potere. Questa visione dell’egemonia sposta lo sforzo antagonista dalla tradizionale posizione marxista verso la costruzione di un processo partecipativo e costantemente attivo rivolto alla rivelazione dei supposti egemoni⁶.

5 Il concetto di “egemonia” è stato sviluppato da Antonio Gramsci. Egli, nel solco della dialettica marxista, ritiene che l’egemonia sia l’operazione attraverso cui le opinioni e le idee di un gruppo ottengano, attraverso la manipolazione di pratiche quotidiane e credenze condivise, il consenso e l’approvazione da parte di un altro. Dunque Gramsci intende l’egemonia come l’insieme delle varie forme di «dominio» culturale e/o di «direzione intellettuale e morale» che un gruppo o una classe è in grado di imporre ad altre. Tali “imposizioni”, una volta “interiorizzate”, creerebbero i presupposti per un complesso sistema di controllo.

6 Il processo di rivelazione dei supposti egemoni è una tattica che tende ad esporre, rivelare e documentare le forze che influiscono su e plasmano il dibattito culturale e gli strumenti attraverso cui avviene la manipolazione egemonica della società.

In questa nuova accezione l'egemonia non sarebbe una condizione fissa e finale e nemmeno uno sforzo che segue una direzione fissa(dai "subordinanti" ai "subordinati") ma sarebbe piuttosto una rete flessibile e vigorosa di relazioni, azioni, intenzioni e oggetti che, inseriti in un costante flusso e sotto la pressione di diverse entità, eserciterebbe una pressione su una molteplicità di posizioni.

Identificare e rendere note le forze egemoni che animano e plasmano il discorso e il dibattito culturale è di vitale importanza per la creazione di una situazione antagonista perchè aiuta le persone a scoprire ed identificare i principi e argomenti al centro della contesa politica. Allo stesso modo, la tattica di rivelare l'egemonia attraverso la pratica del design fornisce le basi per un ulteriore sforzo antagonista che può avvenire attraverso il design o attraverso altri strumenti. La rivelazione dell'egemonia è infatti una tattica che mostra e documenta le forze che influiscono nella società e gli strumenti attraverso cui avviene la manipolazione sociale. Considerato il fatto che la tattica di rivelazione dell'egemonia è uno strumento che serve sia a documentare le condizioni egemoniche sia per sollevare e plasmare future argomentazioni e azioni, artefatti e sistemi utilizzati a tal fine combinano spesso contenuti politici con esplicite rappresentazioni visive stereotipate che funzionano come vigorose provocazioni.

Considerato quanto detto, è utile ora riflettere su cosa significhi e in cosa consista applicare i principi del Design antagonista alla comunicazione foto-giornalistica.



84. Dunne, Anthony; Raby, Fiona. "Faraday Chair". Gran Bretagna, 1995. Telaio saldato in acciaio, acrilico, silicone e cuscino.

Il primo problema che sorge riguarda il fatto che, mentre abbia senso spingere la pratica del design verso una dimensione critica la quale tradizionalmente non gli appartiene (in quanto pratica che intende farci agire e non farci riflettere), tale volontà appare meno sensata nell'ambito del foto-giornalismo il quale è per sua natura già orientato a farci riflettere sul reale. Questo problema è stato da me risolto riconoscendo che molti prodotti fotogiornalistici non sono in grado, per via in particolare della loro forte stereotipizzazione, di assolvere il compito, che tradizionalmente gli affidiamo, di offrirci interpretazioni critiche della realtà in cui viviamo.

Ora, bisogna evidenziare il fatto che il design di prodotti, editoriali o di consumo, ha a lungo contribuito a mantenere in vita il sistema economico neoliberista. Tale sistema, mosso dalla volontà di mantenere alti i consumi, si prodiga nella creazione di bisogni e necessità fittizie che, se da un lato generano una situazione di benessere diffuso, dall'altro causano una forte omologazione culturale. In breve, il design "tradizionale" si concentra maggiormente ad ampliare l'offerta quantitativa e produce merci che, pur rispondendo sempre alla stessa funzione, hanno tuttavia caratteristiche estetiche sempre nuove e diverse in grado di attirare un pubblico desideroso di consumare.

Oggi esiste tuttavia una diffusa insoddisfazione nei confronti del modello economico e culturale precedente, insoddisfazione che, unita alle possibilità di comunicazione "dal basso" offerte dalla rete, spiegano e giustificano la nuova posizione assunta dal design speculative e antagonista.

A sostegno di quanto appena affermato riporto un passaggio dal testo "Internet non salverà il mondo" del sociologo Evgeny Morozov:

In questo nuovo sistema, l'obiettivo del design non è solo quello di costruire un oggetto per soddisfare un autentico bisogno sociale "esteriore", bensì anche quello di farci riflettere su come quel bisogno sia emerso e sia diventato un progetto degno di essere perseguito, e su come forse, tutto sommato, potrebbe anche non meritare di essere perseguito. I designer non dovrebbero estorcere risposte agli utenti, bensì facilitare la formulazione di domande cui si possa rispondere in un modo o in un altro.⁷

⁷ Cfr. Morozov, Evgeny. "Internet non salverà il mondo", Mondadori, 2014. p. 376.

3.3. Perturbante e dissonanze cognitive

Il design antagonista sarebbe in grado di rivelare il discorso egemone attraverso la progettazione di prodotti “perturbanti” ovvero attraverso la progettazione e realizzazione di prodotti in grado di generare spaesamento e confusione in chi li utilizza.

Tale sentimento di spaesamento e confusione, il cui obiettivo sarebbe quello di rivelare il discorso egemone, si genera attraverso la rappresentazione di un elemento discorsivo noto in una veste talmente “avversa”, nuova e contraria rispetto a quella comunemente ed abitudinarimente accettata da generare quello stato emotivo che in psicologia viene detto della “dissonanza cognitiva”.

Il perturbante si sviluppa quando una cosa (o una persona, una impressione, un fatto o una situazione) viene avvertita come familiare ed estranea allo stesso tempo cagionando generica angoscia unita ad una spiacevole sensazione di confusione ed estraneità. Il perturbante sarebbe dunque quel sentimento di spaesamento che si prova di fronte a situazioni avvertite come familiari ed estranee allo stesso tempo. Questo è quindi un sentimento di angoscia, una spiacevole sensazione di confusione ed estraneità.

Sigmund Freud utilizzò il termine tedesco “unheimlich” per definire il perturbante. Dal punto di vista semantico “unheimlich” è il contrario di heimlich (da heim, casa) che significa tranquillo, confortevole, fidato, intimo, appartenente alla casa. Un-heimlich significa quindi inconsueto, estraneo, non familiare. Solitamente suscita terrore e spavento ciò che non è familiare o conosciuto però non tutto ciò che è insolito o nuovo provoca spavento e terrore e men che meno perturbamento. Secondo Freud per risultare propriamente perturbante l’oggetto deve dunque avere qualche altra caratteristica e dev’essere una caratteristica poco frequente perché la maggior parte delle cose spaventose o terrifiche non sono anche perturbanti. Freud rileva che un significato traslato di heimlich presente nel dizionario della lingua tedesca di Daniel Sanders è anche “tenuto in casa, nascosto”, significati non esattamente antitetici rispetto a confortevole e familiare ma appartenenti a due ambiti sicuramente in contrasto tra di loro. Heimlich presenta dunque una curiosa ambivalenza di significato il secondo dei quali, quello meno usato (cioè misterioso, nascosto) quasi coincide col suo contrario unheimlich. Un-heimlich perturbante significherebbe anche non celato, venuto alla luce, affiorato. Quindi il perturbamento nasce quando in un oggetto o in una situazione si uniscono caratteristiche di estraneità e familiarità in una sorta di “dualismo affettivo”.

3.4. Narrazioni probabili, plausibili, possibili e preferibili

Lo speculative e il design antagonista non sono interessati a predire o a prevedere il futuro. Non si interessano a ciò in quanto molte delle previsioni che sono state fatte sul futuro si sono rivelate spesso errate. Quello a cui il design speculative e antagonista si interessa è utilizzare le idee riguardo possibili scenari futuri come strumento per meglio comprendere il presente e per discutere il tipo di futuro che le persone desiderano, e, allo stesso tempo, meglio definire il futuro che le persone non desiderano. Questo avviene attraverso la creazione di “scenari”.

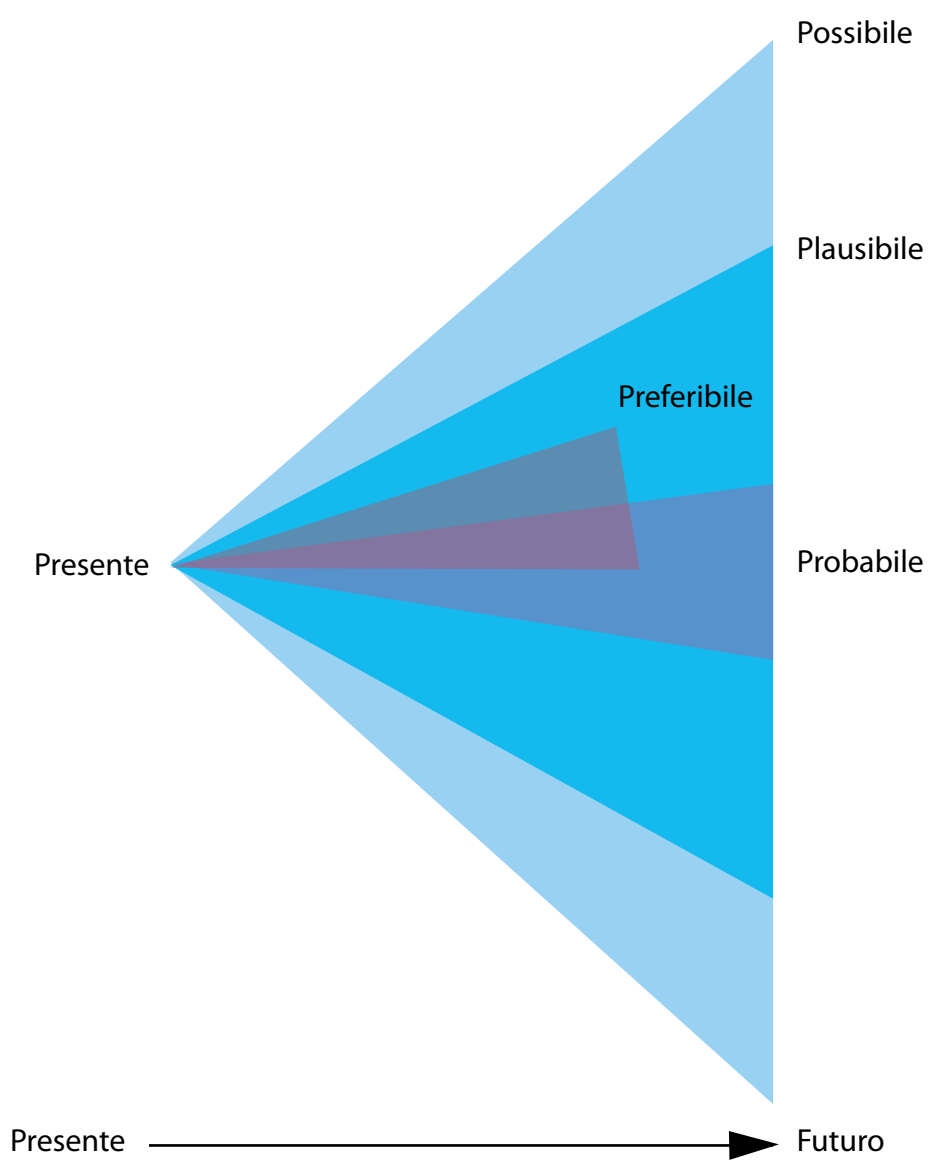
Gli scenari sono strumenti progettuali e vengono realizzati a partire da una domanda del tipo: “Cosa succederebbe se...?”. Questi intendono aprire spazi di discussione e dibattito; quindi, gli scenari tendono necessariamente alla provocazione e sono intenzionalmente semplificati e fittizi. L'osservazione e la presa in considerazione degli scenari richiede da parte di chi li osserva la sospensione dell'incredulità la quale a sua volta permette all'immaginazione di scorrere libera.

Raramente gli scenari suggeriscono come le cose dovrebbero essere perchè questo appare come una pratica troppo moralistica e autoritaria. Gli scenari sono invece uno strumento per aiutare il pensiero ad immaginare, sono qualcosa che stimola la riflessione. Riflessione che riguarda non solo il futuro, ma anche e soprattutto il presente; e questo è dove il design speculative o antagonista diventa critico in quanto tende a porre in evidenza le limitazioni che nel presente condizionano la nostra immaginazione.

Quindi, anche il design speculative o antagonista, come il design tradizionale, tenta di prevedere e descrivere il futuro ma a differenza di quest'ultimo non si limita alla previsione e alla descrizione di esso per poi mantenerne invariata la sostanza ma vuole intervenire a cambiarlo.

Per meglio comprendere come il design antagonista opera è utile rifarsi ad un diagramma realizzato nel 2009 dal futurologo Stuart Candy e ripreso da Anthony Dunne e Fiona Raby nel costesto del Critical o Speculative design (fig. 85). Questo diagramma dispone dei coni su una linea temporale che va da sinistra verso destra: la parte sinistra indica il presente e la parte destra il futuro ed ognuno dei coni indica un diverso grado di probabilità.

Il primo cono indica la zona del probabile. Il probabile è dove molta parte del design tradizionale opera in quanto in questa area si tende a descrivere ciò che si stima possa accadere in futuro a patto che non si verificino situazioni estreme come, ad esempio, una crisi finanziaria, un eco disastro o una guerra. Molti metodi, processi e strumenti del design tradizionale di-



85. Dunne, Anthony; Raby, Fiona, "PPPP", 2009.

Cfr. Dunne, Anthony; Raby, Fiona. "Speculative everything", MIT press, 2014. p. 5

rigono la loro attenzione verso situazioni probabili e spesso anche i metodi di valutazione di un prodotto di design vengono delineati a partire dalla loro maggiore o minore aderenza ai criteri di probabilità.

Il secondo cono descrive la zona del plausibile. Questo è lo spazio in cui qualcosa di diverso viene previsto e immaginato. Questo spazio fa previsioni sul futuro e il loro intento è quello di assicurare le organizzazioni politiche ed economiche che, anche in una situazione diversa, queste disporrebbero di strumenti e strategie in grado di farle sopravvivere.

Il terzo cono rappresenta il possibile. Questo cono traccia dei collegamenti tra il presente e il mondo che potrebbe essere nel caso in cui alcuni eventi si verificassero. Questa è la zona a cui si riferiscono le discipline della cultura critica. La pratica della scrittura, del cinema, della fantascienza e così via partono infatti chiedendosi cosa succedrebbe nel caso in cui qualcosa di teoricamente possibile, date determinate circostanze, si avverasse. Il ruolo di molta parte di queste attività è quello di sospendere l'incredulità e far scorrere l'immaginazione liberamente al fine di rendere accettabile la possibilità che qualcosa di diverso possa accadere.

Oltre questo cono risiede lo spazio della fantasia. Spazio a cui lo speculative design è poco interessato in quanto, sebbene valido nel settore dell'intrattenimento, esso a poco da dire rispetto al mondo reale.

L'ultimo cono si trova nell'intersezione tra il cono del probabile e del plausibile. Questo è il cono dei futuri preferibili ed è quello che maggiormente interessa il design antagonista e speculative.

Innanzitutto l'idea di preferibile non è univoca; tutti possono avere diverse visioni su cosa possa essere preferibile e chi può decidere quale sia la migliore?

In generale e per lungo tempo a decidere quale futuro possa essere migliore e preferibile sono stati i poteri forti: governi, media e multinazionali. Questi, avvalendosi del loro ruolo egemone, attuano politiche, compiono scelte e raccontano storie che condizionano fortemente la nostra possibilità di immaginare un presente e quindi anche un futuro diverso.

Ma, considerato che sia possibile "immaginare futuri" orientati al bene comune piuttosto che al bene di una minoranza di potenti, come il design può aiutare le persone a fare ciò?

Alla domanda sopra posta lo speculative design risponde che il design dovrebbe agire come catalizzatore di dibattito e discussione pubblica; sa-

rebbe infatti solo in questo modo che secondo loro si riuscirebbe a capire quale futuro le persone preferiscano e desiderino realmente.

La posizione critica dello speculative e del design antagonista assume senso se si analizzano le trasformazioni storico-sociali recenti. In particolare assumono senso se si considera che il modello economico basato sul capitale e sul consumo si è rivelato, in seguito alla crisi finanziaria e al cambiamento climatico, come insostenibile e inadeguato. Se il modello precedente si è rivelato insostenibile allora questo è il momento adatto a rivedere i nostri comportamenti e idee.

La fotografia in ambiente digitale_sostiene Richtin_può immaginare il futuro in modo sufficientemente realistico da suscitare reazioni prima che il futuro rappresentato accada. Mentre la fotografia documentaristica analogica mostra ciò che è già accaduto quando spesso è troppo tardi per intervenire, una fotografia proattiva potrebbe mostrare il futuro, seguendo le predizioni degli esperti, per cercare di evitare che si realizzi”, o almeno, diremmo noi, per far sì che si apra un dibattito rispetto allo scenario futuro che si immagina preferibile.⁸

Lo sa bene Jaemin Paik che, con il suo progetto intitolato: “When we live to 150”, utilizza la fotografia proprio per mostrarci un possibile scenario futuro spingendoci a riflettere se esso sia un futuro preferibile o meno.

Il progetto di Paik nasce dalla domanda: “Come cambierebbero le famiglie se tutti vivessimo fino a 150 anni e oltre?” ed esplora i cambiamenti a cui le famiglie sarebbero sottoposte nel caso in cui la vita media delle persone aumentasse fino a raggiungere i 150 anni e oltre. Per far ciò traccia la storia “immaginaria” della settantacinquenne Moyra e della sua famiglia “allargata”. In particolare, il racconto di Paik evidenzia che in questa nuova situazione le persone stipulerebbero contratti tra famiglie “in condivisione” e con individui appartenenti fino a sei generazioni diverse e potrebbero muoversi da un gruppo familiare ad un altro stipulando nuovi contratti di condivisione e assumendo diversi ruoli a seconda dei bisogni che l’allungamento del periodo di vita andrebbe via via creando.

La storia inizia con Moyra che decide di rinnovare il suo contratto trentennale di matrimonio con Ted per assicurarsi di continuare a ricevere contributi e aiuti statali, e procede con Moyra che, scaduto il secondo contratto trentennale di matrimonio con Ted, decide di lasciarlo e trasferirsi all’interno di una nuova famiglia unendosi ad un nuovo marito, già padre di un figlio cinquantaduenne (figg. 86-87-88).

8 Richtin, Fred. “Dopo la fotografia”, Einaudi, 2009.p.165

86



87



86-87-88. Paik, Jaemin; "When we all live to 150". Gran Bretagna. 2012.
Cfr. Dunne, Anthony; Raby, Fiona. "Speculative everything", MIT press, 2014. p. 45



Presentato come un mockumentary⁹ e attraverso foto-illustrazioni il progetto di Paik non tende a mostrare pareri e opinioni riguardo gli esperimenti scientifici rivolti all' allungamento della vita, piuttosto intende offrire strumenti utili alla messa in discussione dei nostri valori, credenze e priorità nel caso tali esperimenti venissero realizzati applicati. Il progetto nasce quindi dalla presa di coscienza che gli studi e le ricerche rivolte all'allungamento della vita media delle persone dimostrano poco interesse verso quelle che potrebbero essere le conseguenze sociali ed economiche di un tale cambiamento.

3.5. “Gomorrah Girl”. Un esempio di fotoracconto antagonista

Valerio Spada è un fotografo di origini milanesi che, dopo aver praticato per diversi anni da professionista la fotografia di moda, ha deciso di raccontare la difficile e tragica realtà in cui vivono le giovani adolescenti dei quartieri napoletani di Secondigliano e Scampia, quartieri in cui, com'è noto, agisce l'organizzazione mafiosa della Camorra la quale ha istituito e gestisce un complesso sistema di illegalità e violenza.

⁹ Con mockumentary (dalla fusione delle parole inglesi mock, “fare il verso” e documentary, documentario) o “falso documentario” si indica quel genere cinematografico o televisivo, oppure una singola opera di questo genere, nel quale degli eventi fittizi appositamente realizzati per la trama sono presentati come reali o comunque creati per lo scopo della narrazione.



88. La copertina della prima edizione del libro "Gomorra Girl" di Valerio Spada. Spada, Valerio; "Gomorra Girl", Cross Editions, Parigi, Francia, 2011.



Ril. 43 = Particolare della scalfittura



Ril. 44 = Panoramica della via Vicinia Vecchia ripreso con le spalle rivolte verso via Forcella. Le frecce indicano:
 "A" la porta in ferro attinta da tre impatti di proiettili d'arma da fuoco;
 "B" la pizzeria "Borgo Amico".

89-90-91. Alcune immagini delle pagine interne di "Gomorra Girl".



L'esperienza che Spada ha maturato nei set di moda non si è rivelata utile per affrontare la realtà di Scampia e Secondigliano. Le situazioni in cui vengono realizzati i due tipi di immagini sono tanto diverse da sembrare appartenenti a due discipline completamente diverse: se il fotografo di moda è autorizzato a fotografare e durante le riprese tutto si svolge secondo una "scaletta" predefinita, nel caso del reportage tutto è impreveduto e non esiste nulla di controllabile. In particolare, in casi come quello in questione le persone non amano e non desiderano essere riprese per ovvi motivi, e il fotografo deve spesso riprendere di nascosto senza far notare la sua presenza. In queste situazioni il fotografo è considerato un estraneo, un intruso di cui è meglio non fidarsi e a cui non conviene concedere di essere fotografati. Spada ha dovuto conquistarsi la fiducia degli abitanti del quartiere assicurandoli che le immagini realizzate non sarebbero state diffuse né attraverso i giornali né attraverso la tv; nonostante ciò, Spada ha dovuto correre molti rischi ed è stato spesso minacciato, anche fisicamente.¹⁰

Il fotoraconto di Valerio Spada, sebbene presenti e descriva la difficile situazione in cui i residenti delle zone della periferia Nord del capoluogo campano sono costrette a subire per via delle attività mafiose, si concentra

¹⁰ Cfr. Chen, Steve; Hurley, Chad; Karim, Jawed; Youtube: "<https://www.youtube.com/watch?v=87efjtx5-ik>". Ultimo accesso: 10/04/2016.



92



93

92. Ferrara, Luciano; dal reportage: " Scampia Secondigliano". Cfr. Ferrara, Luciano; "<http://www.lucianoferrara.it/public/ferrarafoto/index.php>". Ultimo accesso: 10/04/2016.

93. Spada, Valerio. Dal Libro: "Gomorra Girl". Cfr. Spada, Valerio; "Gomorra Girl", Cross Editions, Parigi, Francia, 2011.

in particolare sulla difficile e controversa realtà che le giovani ragazze vivono in quelle zone e il titolo: “Gomorra Girl” (la cui traduzione è “Ragazze di Camorra”) lo dimostra.

A queste ragazze di Camorra_afferma l'autore_è quasi negata l'adolescenza. All'età di 9 anni ballano, si comportano e si truccano in maniera simile alle ragazze che vedono in TV e sognano di diventare una di loro. All'età di 13 e 14 anni, molto spesso, diventano madri e saltano quindi la fase adolescenziale che è invece vissuta a pieno in ogni altro luogo d'Italia.¹¹

Le immagini da lui realizzate sono state pubblicate in forma di libro in due versioni: la prima realizzata dall'autore con l'aiuto del designer olandese, Sybren Kuiper¹², di cui ho riportato la copertina (fig.88) ; la seconda in collaborazione con la casa editrice americana Twin Palms.

Nonostante la pubblicazione in forma di libro possa apparire in contraddizione con il macro argomento di questa tesi_ il fotogiornalismo_ il fotoraconto di Spada nasce dalla volontà di raccontare in maniera approfondita e diversa un fatto di cronaca nera che ha trovato spazio negli articoli dei giornali locali e per questo rientra nell'argomento di tesi. Si dica inoltre che la stampa nazionale evita spesso di presentare notizie e informazioni riguardo le attività della Camorra e di altre organizzazioni mafiose italiane proprio per paura delle ripercussioni sociali e politiche che queste potrebbero avere e quindi la scelta di pubblicare il libro è stata per certi versi dovuta a ciò.

Il fatto di cronaca nera cui il racconto di Valerio Spada si riferisce è quello relativo alla morte della quattordicenne Annalisa Durante. Questa morì durante una sparatoria tra clan mafiosi rivali: Annalisa stava chiacchierando con l'amico ventiduenne Salvatore Giuliano, capo di un clan camorrista della città, quando una motocicletta con a bordo due sicari, si avvicinò a loro e aprì il fuoco contro il giovane boss. Mentre si allontanava Annalisa fu colpita da un proiettile sparato proprio dallo stesso giovane con cui stava chiacchierando qualche istante prima; dopo diversi giorni di coma Annalisa perse la vita. Oltre ad Annalisa persero la vita altre due giovani donne (fig.94).

Gli scatti di Spada sono stati realizzati negli edifici simbolo del degrado e della criminalità di queste aree urbane: “La Vela Rossa” e la “Vela Blu”.

¹¹ Traduzione dell'autore. Originale: “Adolescence is almost denied, at 9 they dance, move and make themselves up as tv personalities and dream to become one of them. At 13 or 14, very often, they become mothers, skipping the adolescence which is lived fully everywhere else in Italy”. Harvey, David Alan; <http://www.burnmagazine.org/essays/2011/12/valerio-spada-gomorra-girl/>; ultimo accesso 03/04/2016.

¹² Kuiper, Sybren, <http://www.sybontwerp.nl/>; ultimo accesso 04/04/2016.



94. L'immagine mostra la collana con l'immagine di Annalisa Durante appesa al collo del padre. Questa è l'unica immagine di Annalisa presente nel libro.

Questi sono edifici fatiscanti e molti dei loro abitanti, nonché alcuni dei protagonisti della storia di Spada, vi risiedono abusivamente svolgendo attività illegali di vario genere. Le immagini di tali quartieri e aree sono stati già al centro di diversi racconti fotogiornalistici e cinematografici il fotoracconto di Spada è parso fortemente diverso rispetto ai precedenti e soprattutto è sembrato allontanarsi dagli archetipi visivi utilizzati per raccontare i tali luoghi e le attività che si svolgono al suo interno. Al riguardo si ricordi che molte delle sequenze del film “Gomorra” del regista Matteo Garrone furono girate proprio in tali quartieri¹³.

Dal punto di vista della comunicazione visiva, il racconto di Spada rompe con le convenzioni del racconto foto-giornalistico tradizionale in quanto combina e alterna immagini profondamente diverse tra loro sia nel contenuto che nella forma. Spada alterna infatti immagini scattate dalla polizia durante le indagini con immagini di persone e luoghi connessi al caso e con ritratti “in posa” di altre giovani donne residenti nelle aree sopra descritte. Questa alternanza di immagini provenienti da contesti comunicativi e informativi diversi è fonte di spaesamento per il lettore/fruitor del racconto il quale non riesce a comprendere la logica alla base di tale accostamento. L'effetto di spaesamento che il lettore prova sfogliando le pagine del libro è simile all'effetto di spaesamento che si presume l'autore abbia provato raccontando il caso di Annalisa.

¹³ Cfr. Garrone, Matteo (Regia); Procacci, Matteo (Produzione), “Gomorra”. Italia, 2008.



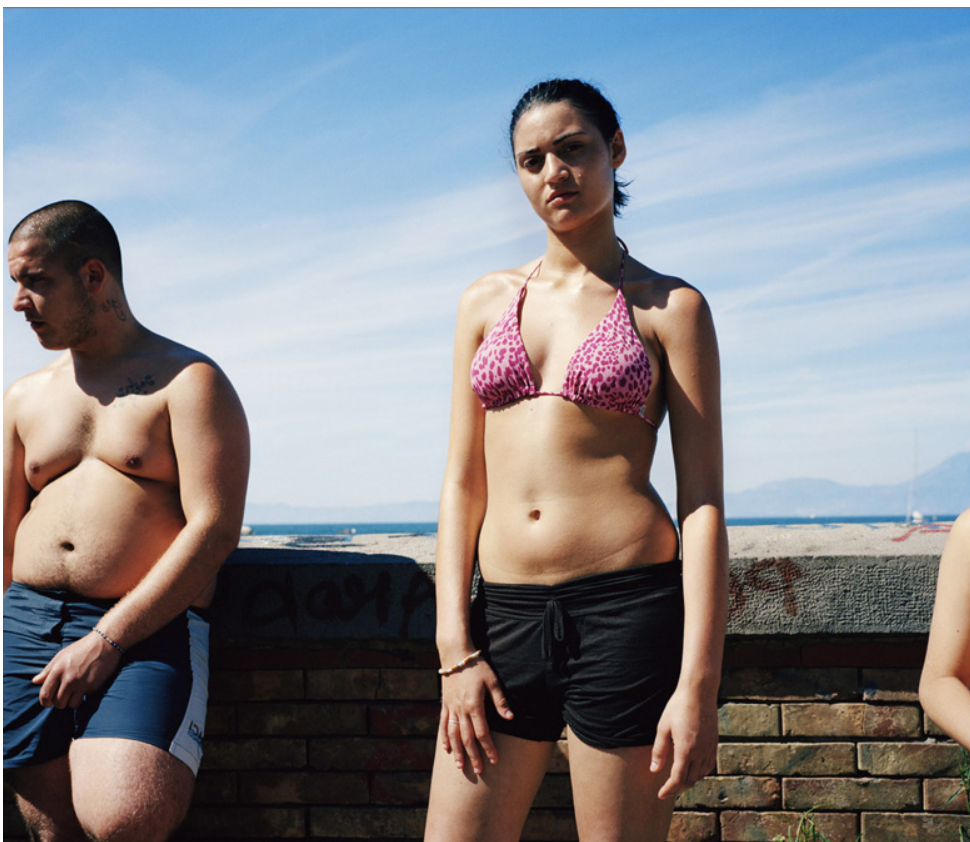
95. Un fermo immagine dal film "Gomorra" di Matteo Garrone. In essa un primo piano di uno dei protagonisti in uno dei corridoi dell'edificio "Le vele di Scampia".
Cfr. Garrone, Matteo (Regia); Procacci, Matteo (Produzione), "Gomorra". Italia, 2008.

Dal punto di vista dello storytelling e della narrazione, il fotoraconto di Spada segue principalmente due diversi percorsi; ognuno di questi è affrontato attraverso estetiche appartenenti a generi fotografici diversi. Il libro utilizza inoltre carta dal formato e dalla grammatura diversa a seconda del genere di immagini che utilizza; questo è un espediente che esalta la percezione tattile del libro e rende la lettura e osservazione confusa; elemento questo non ottenibile attraverso il racconto digitale.

La caratteristica "antagonista" del fotoraconto di Spada risiede quindi nel non offrire allo spettatore una chiave di lettura univoca del soggetto che mostra e dell'argomento che tratta: allo spettatore è infatti data la possibilità di inferire dalle immagini percorsi di lettura diversi. Inoltre "Gomorra Girl" è un prodotto fotografico antagonista in quanto genera nello spettatore un sentimento di confusione e spaesamento dovuto alla mancanza di elementi in grado di rendere coeso il racconto. Non riusciamo in fondo a capire perché l'autore ci spinga ad interpretare le ragazze di Camorra attraverso il caso di Annalisa Durante: quale collegamento logico può avvenire tra l'immagine della pallottola che colpì a morte Annalisa e quello di una giovane ragazza sdraiata sul letto di camera sua; la mancanza di un collegamento logico rende quindi possibile recuperare quell'ambiguità alla base dell'immagine fotografica; ambiguità che, come ho detto, si dimostra in grado di generare un conflitto percettivo che può condurre lo spettatore ad una messa in discussione delle rappresentazioni che vengono prodotte nei confronti degli abitanti di Scampia e del loro malessere e degrado.

Le immagini da 96 a 109 sono alcune delle immagini presenti nel libro di Valerio Spada "Gomorra Girl".¹⁴

¹⁴ Cfr. Spada, Valerio. "<http://www.valeriospada.com/Gomorra-Girl/thumbs>". Data accesso: 13/04/2016.



98



99





100



101

102

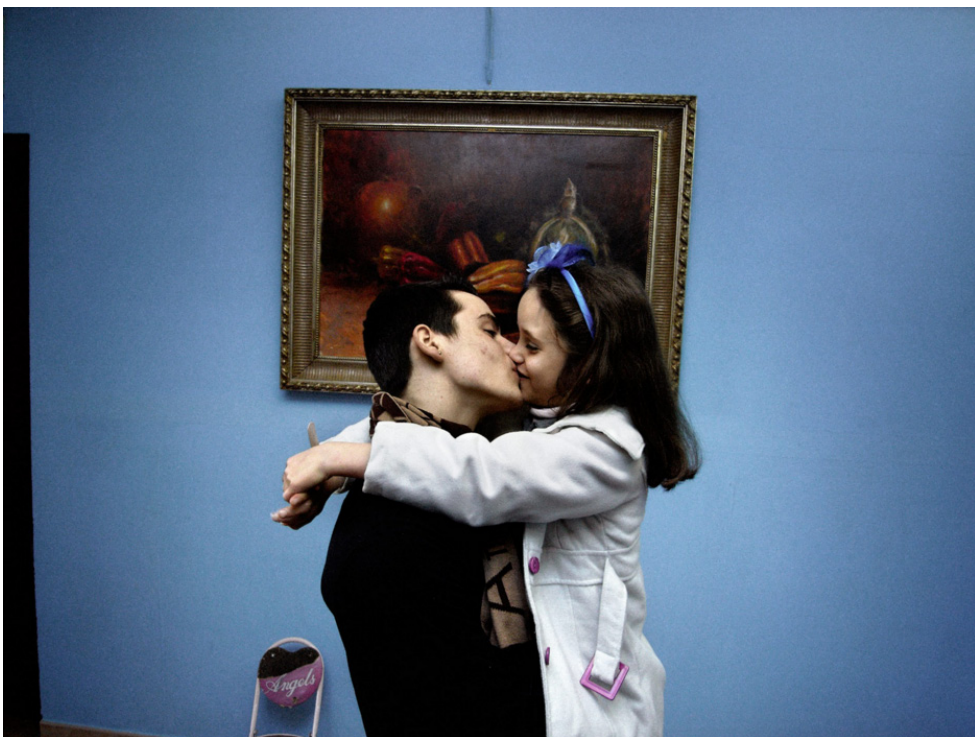


103





104



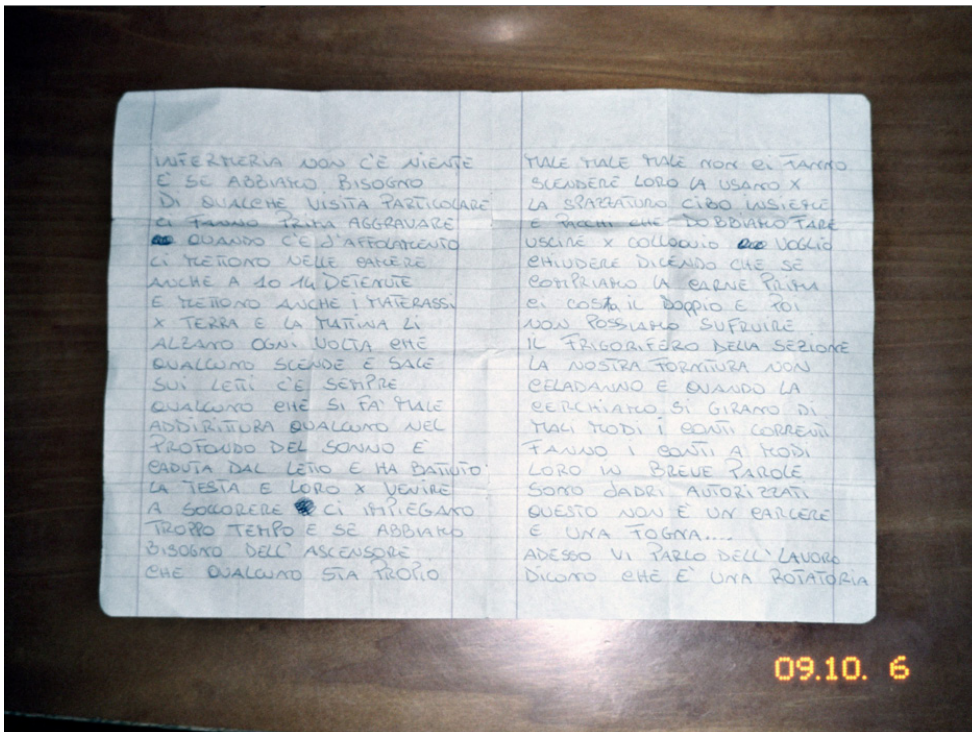
105

106



107





4. Linee guida per la progettazione e realizzazione di un racconto foto-giornalistico antagonista

4.1. La progettazione

Il racconto foto-giornalistico al fine di essere considerato antagonista deve essere pensato e progettato con l'obiettivo di creare nello spettatore un sentimento di "confusione" e dubbio funzionale alla messa in discussione dei propri "pattern cognitivi" sia nei confronti del ruolo che le immagini fotografiche svolgono all'interno dei media per l'informazione sia riguardo le modalità di presentazione visiva che i media offrono dei contenuti. In particolare, un prodotto foto-giornalistico antagonista è un racconto che si oppone, sia da un punto vista formale che contenutistico, ai racconti e alle narrazioni che i media tradizionali e mainstream utilizzano per riportare le notizie e non va considerato attraverso i canoni di realizzazione "tradizionali" dei racconti fotogiornalistici.

Idealmente, la progettazione del prodotto foto-giornalistico antagonista richiede la demistificazione delle regole alla base della realizzazione del prodotto foto-giornalistico e quindi ogni singola convenzione alla base della progettazione e realizzazione di tale prodotto dovrà essere messa in discussione e ripensata al fine di ottenere un fotoracconto in grado di offrire una rappresentazione visiva insolita e perturbante.

Il motivo che spinge il progettista della comunicazione verso la realizzazione di un prodotto fotogiornalistico antagonista sarà più un motivo di carattere personale e professionale piuttosto che prettamente economico. Questo significa che il progettista porrà maggiore interesse nella comunicazione della propria idea e sarà meno interessato al riscontro di pubblico ed economico che questo sarà in grado di ricevere e più interessato alla portata di cambiamento che tale idea potrebbe generare.

Anche per questo il prodotto foto-giornalistico antagonista tenderà a circolare all'esterno del circuito editoriale tradizionale e preferirà scegliere la pubblicazione indipendente, cartacea o digitale.

4.1.1 La domanda preliminare

La domanda preliminare che ogni progetto foto-giornalistico antagonista si pone è generalmente una domanda del tipo: come è possibile rivelare le carenze, gli stereotipi e i pregiudizi alla base della narrazione foto-giornalistica di un determinato argomento? Questa domanda è quindi fortemente diversa dalla domanda che guida tradizionalmente la presentazione visiva di contenuti giornalistici la quale si pone in questi termini: come è possibile presentare in maniera visivamente efficace e chiaro il tale evento?

Sarà utile quindi possedere una profonda conoscenza e aver sviluppato una certa criticità nei confronti delle narrazioni, sia visive che verbali, condotte dai media riguardo uno specifico argomento. Consiglio di realizzare una ricerca di tipo iconografico per porre in evidenza i tipi visivi utilizzati dai media tradizionali per il racconto dell'argomento che si è scelto di trattare. In particolare, da questa ricerca di tipo iconografico dovranno emergere, oltre agli elementi visivi maggiormente presenti nel racconto dell'argomento in questione, anche il livello di iconicità e intericonicità delle narrazioni visive a cui si intende opporsi.

4.1.2. Il contenuto

Per quanto riguarda la scelta del contenuto un racconto foto-giornalistico antagonista potrà trattare argomenti "controversi" e "complessi" che hanno assunto nel discorso pubblico un certo grado di rilevanza, ma potrà anche trattare argomenti minori o che sono stati, per via del continuo e rapido rinnovarsi dell'agenda mediatica, momentaneamente abbandonati o tralasciati, ma che, tuttavia, hanno molte possibilità di essere ripresi in futuro.

In riferimento alla scelta di trattare argomenti che sono stati momentaneamente abbandonati dal discorso dei media, ma che tuttavia rivestono ancora una certa rilevanza nel tessuto sociale, penso ad esempio al racconto che gli attivisti dei vari movimenti nazionali per il diritto alla casa svolgono attraverso i loro blog e account "social". Questi tipi di racconto sono infatti "antagonisti" in quanto rivelano come i media si concentrino su determinati argomenti solo quando questi assumono aspetti di rilievo perchè al centro del dibattito istituzionale o perchè fortemente spettacolari. Proseguire nel racconto fotografico di tali eventi, anche quando questi non hanno assunto grande rilevanza nel discorso mediatico, significa

disporre e creare un vero e proprio archivio visivo a cui si può ricorrere quando i media torneranno sull'argomento.

Sempre dal punto di vista del contenuto, il racconto foto-giornalistico antagonista potrà essere un racconto "reale", quindi riferito ad eventi già accaduti, oppure, di finzione.

Con racconto foto-giornalistico antagonista reale intendo, non solo un racconto che mostra e descrive un evento già accaduto, ma anche un racconto che presenta quei momenti che i media tradizionali ritengono meno rilevanti e che per lo stesso motivo non ritraggono e non presentano al pubblico.

L'antagonismo di tale racconto consisterebbe nel rivelare quanto sia stato omesso dal racconto foto-giornalistico esistente e anche quanto del racconto foto-giornalistico tradizionale sia frutto di una visione stereotipata. In particolare, penso alle immagini del fotoracconto di Allen sulle rivolte di Baltimora in cui si vedono i momenti di gioco e festa a cui alcuni manifestanti hanno dato vita durante quei giorni. Si pensi cosa succederebbe se delle manifestazioni, invece che mostrare i gesti e gli atti violenti, si mostrassero esclusivamente i gesti pacifici e di gioco in esso avvenuti.

Un altro esempio di racconto foto-giornalistico antagonista di carattere "reale" è rappresentato dall'immagine "Signal" del fotografo professionista John Stanmeyer. Questa immagine si concentra su un "momento" che non viene mostrato nei racconti giornalistici riguardanti la questione dei migranti.

In particolare, "Signal" (fig. 110) mostra dei profughi africani che di notte su una spiaggia di Djibouti City alzano i loro telefoni cercando di raggiungere un precario segnale di rete che gli permetta di comunicare con parenti e cari rimasti nel paese di origine. Probabilmente la forza comunicativa dell'immagine di Stanmeyer risiede nella sua capacità di cogliere quello che i fotografi del secolo scorso avrebbero definito l'"istante decisivo", ovvero quell'istante, avrebbe detto Bresson, in cui emergono i significati "profondi" di un fatto.

Nonostante sia difficile dire come l'immagine di Stanmeyer funzioni, quello che è certo è che essa ci spinge a riflettere sull'immagine che dei profughi ci viene fornita dai media i quali generalmente mostrano gli accampamenti, i tentativi di superamento delle barriere e volti in lacrime. In particolare direi che l'immagine di Stanmeyer ci spinge ad osservare i vizi alla base della relazione tra reale e sua rappresentazione. In fondo, quella di Stanmeyer è decisamente un'immagine in grado di generare quel "dia-

logo complesso” a cui molti oggetti del “design speculative” aspirano e racconta magistralmente l’immigrazione ai tempi della Rete.

Con racconto foto-giornalistico antagonista di “finzione” intendo invece un racconto foto-giornalistico che mostri come il futuro cambierebbe se alcune situazioni previste come probabili si realizzassero. Questo tipo di racconto foto-giornalistico antagonista è stato mostrato quando ho riportato il progetto di Jaemin Paik intitolato “When we all live to 150”.

In questo caso l’“antagonismo” risiede nell’opporsi all’idea che la macchina fotografica sia in grado di presentare esclusivamente qualcosa di già accaduto. In questo utilizzo antagonista dell’immagine fotografica si mostra infatti una situazione non ancora reale, quindi non ancora accaduta (e perciò impossibile da fotografare), ma tuttavia dotata di un certo grado di probabilità che si avveri al fine, come si diceva, di mostrare se tale “probabile” futuro sia realmente “preferibile” ad altri.

Da un punto di vista progettuale, la produzione di un racconto foto-giornalistico antagonista di “finzione”, la cui finalità sia quella di offrirci una “prefigurazione” di situazioni future probabili, si realizza esclusivamente andando a creare dei veri e propri “scenari” fittizi. Per certi aspetti questa è la forma di “antagonismo” più complessa e difficile da realizzare: essa richiede un gruppo di persone provenienti da ambiti disciplinari diversi.

Per fare un esempio di racconto foto-giornalistico antagonista indirizzato all’esplorazione e descrizione di una situazione futura non ancora avvenuta ma dotata di un certo grado di probabilità ho immaginato un racconto che descriva ed esplori la situazione che verrebbe a crearsi nel caso in cui la legge italiana permettesse alle coppie omosessuali di adottare un figlio “biologico”, argomento che ha largamente occupato i media nazionali durante il periodo di tesi.

Nella realizzazione di un tale reportage sarebbe necessario immaginare una famiglia composta da una coppia omosessuale e il suo bambino biologico e provare a descrivere visivamente la loro situazione reale. In particolare, si descriverebbero i componenti di questa famiglia “allargata” che comprende: la mamma “biologica”, i componenti la coppia “di fatto” e il figlio o i figli “biologici” e si potrebbe descrivere alcune delle loro attività e mostrare come i componenti della famiglia così composta affrontino e risolvano le discriminazioni sociali.



110. Stanmeyer, John. "Signal", 26 febbraio 2013

4.1.3. La forma

Il racconto foto-giornalistico antagonista può assumere la forma della rivista o del libro cartaceo oppure può assumere la forma del racconto digitale: dal semplice post sui social network fino al racconto iperfotografico.

Dal punto di vista della forma dell'immagine, il racconto foto-giornalistico antagonista dovrebbe porsi in disaccordo con le "grammatiche visive" alla base della ripresa fotografica tradizionale ed opporsi alle strategie che vengono normalmente utilizzate per dare coerenza visiva alla sequenza di immagini.

Inoltre l'elemento visivo verbale, testo e didascalie, verranno utilizzate in maniera altrettanto antagonista. Essi dovranno infatti aggiungere un ulteriore livello di complessità al messaggio che si intende trasmettere.

In particolare, la didascalia del racconto foto-giornalistico antagonista, nel caso questo abbia assunto una forma digitale e sia stato pubblicato in rete, potrà rimandare, attraverso l'utilizzo di link, per esempio, al sito web del movimento di protesta che ha organizzato la manifestazione. In questo caso l'utente disporrà di informazioni in grado di fargli comprendere meglio le rivendicazioni e i principi alla base dell'organizzazione.

Per progettare la forma delle immagini che andranno a comporre il t

racconto foto-giornalistico antagonista è utile la composizione di un moodboard. Il moodboard è uno strumento progettuale che consiste nell'utilizzo di immagini e materiali diversi al fine di creare una composizione che metta in evidenza l'“atmosfera generica” che le immagini della sequenza fotografica dovranno trasmettere.

Il moodboard dovrebbe sottolineare alcuni dei valori che si intendono trasmettere: il messaggio antagonista cerca in generale di convogliare un sentimento ambivalente di perturbamento e confusione ed è quindi consigliabile realizzare e possedere alcuni moodboard che trasmettano tali sensazioni. Ognuno ha una diversa rappresentazione mentale di tali sentimenti ed emozioni ed è attraverso la produzione del moodboard che tali differenze vengono fatte emergere, vengono identificate e discusse.

Il moodboard è particolarmente utile per delineare il concetto alla base del messaggio che si vuole trasmettere e traccia dei limiti di stile entro cui realizzare le proprie immagini. I moodboard sono generalmente realizzati attraverso l'utilizzo della tecnica del collage e sono fortemente evocativi. In particolare, i moodboard aiutano a pensare e a immaginare la sequenza, soprattutto essi si rivelano fondamentali una volta iniziate le riprese in quanto costituiscono un modello visivo ed ideale cui poter confrontare le immagini prodotte.

Il moodboard viene anche utilizzato per comunicare al cliente le proprie idee e la propria visione del progetto. Il progetto antagonista però, essendo un progetto che tenderà ad allontanarsi dalle dinamiche del mercato, utilizza il moodboard esclusivamente per creare all'interno del gruppo di lavoro una sorta di accordo rispetto allo “stile” che il progetto dovrà assumere.

La forma finale dell'immagine foto-giornalistica antagonista quindi dovrà essere ricca di elementi visivi che rinviino lo spettatore a elementi di confusione e spaesamento: si pensi, ad esempio, a particolari atmosfere meteorologiche come la nebbia, i temporali ed altri.

4.1.4. L'analisi dei “competitor”

Nelle fase di progettazione di un racconto foto-giornalistico antagonista potrebbe essere utile redarre un documento che descriva gli altri progetti e lavori che hanno trattato lo stesso argomento. Questo documento sarà preferibilmente scritto e dovrà evidenziare sia gli aspetti che si ritengono essere stati poco approfonditi o trattati in maniera superficiale da parte degli altri progetti e lavori che hanno trattato lo stesso argomento sia i loro aspetti positivi.

Il tale documento elencherà quindi i punti deboli e quelli di forza degli altri progetti intesi a comunicare lo stesso soggetto a cui abbiamo deciso di interessarci e utilizzerà il grafico “SWOT”. Tale grafico è composto da quattro riquadri adiacenti e serve a chiarire i punti di forza e i punti deboli di un altro progetto simile già realizzato; infatti, in ognuno di tali riquadri sono elencati: i punti di forza di un progetto, le sue carenze, i suoi aspetti non ancora sfruttati ma potenzialmente in grado di rivelarsi utili al miglioramento dello stesso e infine i suoi problemi e punti deboli in prospettiva futura. La realizzazione dello SWOT per il racconto foto-giornalistico antagonista dovrà essere realizzato preferibilmente attraverso interviste ai soggetti, organizzazioni e gruppi sociali che sono stati al centro delle narrazioni visive realizzate dai rispettivi “competitor”. In tali interviste dovrebbe essere posta particolare attenzione riguardo il grado di soddisfazione che questi hanno ottenuto dalla comunicazione di cui sono stati oggetto; tra le diverse domande si chiederà loro quanto la rappresentazione visiva di cui sono stati oggetto abbia soddisfatto le loro aspettative e se l’immagine che da questa comunicazione è emersa risponde o meno all’immagine che essi avrebbero voluto comunicare di sé.

4.1.5. La definizione del pubblico di riferimento

Nella fase di progettazione bisognerà definire il pubblico a cui ci si intende rivolgere e per questo è utile la redazione di “user personas”.

Lo “User Personas” è uno strumento progettuale in cui vengono delineate le caratteristiche del pubblico di riferimento. Ogni “User Persona” si basa sulla descrizione di un profilo di un destinatario del progetto e racchiude in sé le caratteristiche del gruppo sociale a cui questo appartiene. In questo senso ogni “User persona” assume gli attributi del gruppo che rappresenta: le loro caratteristiche demografiche e sociali, i loro bisogni e desideri, costumi e abiti culturali.

Come si sarà notato, la fase progettuale di un racconto foto-giornalistico antagonista utilizza strumenti tradizionalmente utilizzati per realizzare progetti di comunicazione: sia il grafico SWOT che gli User Personas sono infatti strumenti largamente utilizzati per il progetto di comunicazione tradizionale. Tuttavia, a differenza del progetto di comunicazione tradizionale, si può ipotizzare che alcuni dei materiali raccolti per la realizzazione dello SWOT e degli User Personas potranno poi essere mostrati all’interno del prodotto finale. Ad esempio, si potranno inserire alcune interviste, o parti di esse, come elemento sonoro sovrapposto alle immagini oppure inserirle come citazione nel caso si utilizzi la forma cartacea.



111. Cartier-Bresson, Henri. "The Var department". Hyères, France, 1932.

4.2. La produzione

Molti fotogiornalisti nel realizzare il loro reportage si affidano a delle regole visive che sono andate, per via del loro utilizzo ricorrente, via via consolidandosi in veri e propri standard. Il fatto di potersi appoggiare a delle regole consolidate non solo facilita la realizzazione del reportage da parte del fotogiornalista, ma va anche incontro alle esigenze del destinatario che, abituatosi al genere, ne riconosce facilmente le caratteristiche e ne comprende il messaggio. Tuttavia, nella progettazione di un fotoraconto giornalistico antagonista tali regole devono essere trasgredite, per questo, il racconto foto-giornalistico antagonista pone grandi sfide sia a colui che lo realizza sia a colui che lo riceve.

4.2.1. La composizione antagonista dell'immagine

Di seguito presento alcune linee guida tradizionalmente utilizzate nella produzione di immagini fotografiche e descrivo come esse possano essere trasgredite al fine di produrre una comunicazione antagonista. In particolare, affronto la questione della composizione dell'immagine fotografica e mostro come tali regole debbano essere trasgredite al fine di ottenere un'immagine composta in maniera antagonista.

La composizione dell'immagine fotografica riguarda il modo attraverso



112. Pellegrin, Stefano. Gruppo di kosovari in arrivo a Kukës, Albania, 1999.

cui scegliamo di disporre e ordinare gli elementi visivi all'interno dell'immagine ed è uno dei più importanti aspetti della fotografia; in particolare, la composizione dell'immagine determina le nostre modalità di visione e ricezione del messaggio visivo ed è quindi ritenuto fondamentale, in fase di ripresa, presentare quegli aspetti ed indivi visivi maggiormente in grado di trasmettere il messaggio in maniera chiara.

La composizione stabilisce una sorta di gerarchia tra gli elementi che compongono l'immagine.

Ora bisogna dire che la composizione dell'immagine implica che il fotografo abbia scelto di far procedere lo spettatore attraverso un vero e proprio percorso visivo. Nel gergo fotografico si parla infatti di linee di conduzione e percorsi visivi. Queste "linee di conduzione" sono linee, più o meno esplicite, che guidano letteralmente l'occhio dello spettatore verso gli elementi che il fotografo ha ritenuto maggiormente in grado di trasmettere il messaggio e perciò sono utili elementi di disambiguazione.

Gli studiosi, per mostrare cosa si intenda per composizione e linee di "conduzione" visiva, utilizzano spesso l'immagine che il noto fotografo francese Henri Cartier-Bresson realizzò nel 1932 a Hyeres, in Francia (fig. 111). Questi sostengono che lo spettatore di tale immagine sia invitato a seguire la linea discendente tracciata dal corrimano delle scale, e ripresa dall'inquadratura verso il basso, per giungere all'indizio visivo che sorregge

il significato dell'immagine: l'uomo in bicicletta, la cui linea di movimento è sottolineata a sua volta dalla curva del marciapiede. Questo significa che la composizione dell'immagine, con le sue linee guida precise, contribuisce a rendere chiaro il messaggio, il contenuto dell'immagine che, senza ombra di dubbio è, nel caso in questione: il movimento.

A questo punto si dica che l'immagine fotografica antagonista dovrà, dal punto di vista della composizione e delle linee di conduzione visiva, condurre lo spettatore attraverso un percorso di "indizi visivi" maggiormente difficile da seguire rispetto all'esempio proposto da Bresson che nonostante sia molto efficace, offre indizi facilmente interpretabili da un osservatore minimamente a conoscenza delle grammatiche visive del linguaggio fotografico. Questo significa che la composizione e le linee di conduzione visiva dell'immagine fotografica per il racconto foto-giornalistico antagonista potrebbero non essere così evidenti e di facile lettura.

Come esempio di "composizione antagonista" rimando al lavoro del fotoreporter italiano Paolo Pellegrin e, in particolare, ad una delle sue immagini realizzata nel 1999 in cui si mostrano dei profughi kosovari in arrivo nella città albanese di Kukës (fig.112). Tale immagine possiede una composizione antagonista in quanto completamente priva di un "asse compositivo"; lo spettatore viene posto all'interno di uno "spazio" difficilmente ricostruibile e ambiguo perché costituito in prevalenza da riflessi di luce.¹

Per via di un'assenza di organizzazione spaziale degli elementi visivi, lo spettatore dell'immagine di Pellegrin è costretto a collegare liberamente gli elementi visivi presenti nell'immagine. Tuttavia gli indizi che raccoglie non lo informano dei fatti relativi all'argomento in questione, ma lo spingono verso un'esperienza emotiva della situazione. In fondo, l'aspetto antagonista dell'immagine di Pellegrin consiste nell'opporsi ad un utilizzo prettamente narrativo e informativo dell'immagine foto-giornalistica e maggiormente interessato alla presentazione di sentimenti e sensazioni.

La composizione antagonista dell'immagine fotografica è quindi un tipo di composizione che non offre "linee di conduzione visiva" chiare ed esauritive e che, facendo leva su tale assenza, offre allo spettatore una visione fortemente "libera" da costrizioni. Sebbene questo possa apparire come un aspetto liberatorio, lo spaesamento che l'assenza di linee guida provoca può essere fonte di frustrazione per lo spettatore che vede negato il suo desiderio di informazione e conoscenza e che lo obbliga ad una ricezione fortemente emotiva.

¹ Lucas, Uliano; Agliani, Tatiana. "La realtà e lo sguardo. Storia del foto-giornalismo in Italia". Einaudi, 2015.p. 519

Ritornando all'immagine di Pellegrin si dica che questa, come altre simili, fa leva sulla possibilità offerta dalla ripresa fotografica di registrare quegli elementi che la nostra normale modalità di visione tenderebbe, per abitudine, a nascondere e rendere poco percepibili: i riflessi di luce. Quindi l'immagine di Pellegrin forza il limite bidimensionale dell'immagine fotografica in quanto offre la sensazione di percepire un luogo, uno spazio tridimensionale all'interno dell'immagine bidimensionale.

4.2.2. La costruzione della sequenza

Prima di creare la sequenza è necessario editare le immagini, ovvero scegliere tra tutte le fotografie scattate quelle meglio in grado di raccontare e presentare il racconto.

Editare le immagini è un compito crudele in quanto alcune di loro dovranno essere eliminate. Tradizionalmente il criterio di scelta si basa sulla maggiore o minore capacità che alcune immagini hanno di trasmettere il messaggio e quindi si ritiene necessario valutare le immagini dal punto di vista della loro maggiore o minore funzionalità e si richiede perciò un criterio rigorosamente razionale e razionalizzante. Il che significa che si dovrà operare tralasciando l'attaccamento emotivo che alcune immagini possono aver destato e sarà meglio scegliere quelle immagini che meglio serviranno a trasmettere il messaggio. In questo caso non importa se abbiate atteso moltissimo tempo per osservare e immortalare l'eclisse: se la foto dell'eclisse non funziona, cioè non trasmette nessun messaggio utile alla comunicazione di quello che ci si era preposti di trasmettere allora sarà decisamente meglio non selezionarla.

A livello tradizionale nella fase di selezione, le immagini vengono raggruppate in base a criteri diversi; in generale in base al soggetto, all'argomento, all'estetica, al colore o alla composizione.

L'“editing” antagonista si appoggia a questa maniera tradizionale di selezione attraverso raggruppamenti di immagini, ma i suoi criteri di scelta sono diversi. In particolare, il criterio che suggerisco è un criterio evocativo-sensoriale e non un criterio formale-contenutistico.

Ad esempio, supponiamo di dover realizzare un fotoracconto riguardo il concerto avvenuto nel municipio per celebrare l'inaugurazione del parco cittadino e che si disponga di diverse immagini riguardanti l'evento e alcune immagini delle piante presenti nel parco; tra le diverse immagini della celebrazione si sceglieranno quelle dei diversi componenti dell'orchestra mentre suonano il proprio strumento e tra i vari strumenti e musicisti dell'orchestra verranno scelti esclusivamente quelle di coloro i cui stru-

menti rinviano a determinati elementi del parco cittadino. Questo significa che se il suono della tromba rimanda l'autore del fotoracconto ad una determinata pianta presente nel parco cittadino, supponiamo l'acacia, allora, tra le diverse immagini dei suonatori dell'orchestra di cui dispone sceglierà quella del trombetta perché solo quell'immagine e il suo contenuto specifico lo rimanda, per motivi personali, a quella specifica pianta presente nel parco cittadino. Il criterio evocativo-sensoriale essendo fortemente dettato da logiche personali ed esperienziali genera e impone un confronto emotivo ed esperienziale tra i due.

A livello pratico un consiglio è quello di stampare le immagini, anche a bassa risoluzione e su carta non pregiata, e appenderle ad una parete in modo da averle tutte contemporaneamente visibili. Inoltre si consiglia di appendere le immagini in maniera che si possano togliere facilmente e riposizionare. Idealmente è utile che le immagini vengano lasciate appese per un periodo di tempo più o meno lungo, supponiamo almeno di una settimana in modo da avere il tempo necessario per riformulare la sequenza.

Durante la messa in sequenza dovranno emergere nuovi e inaspettati collegamenti tra le immagini ed è utile non concentrarsi sulla creazione di una sequenza lineare, ma esplorare le possibili relazioni che vengono a crearsi tra le immagini. In base a ciò, nell'appendere le immagini ad un supporto non si seguirà un criterio cronologico bensì si dovrà operare in maniera da ottenere una forma più simile ad una costellazione. La disposizione in "costellazioni" di immagini è particolarmente utile se il nostro progetto foto-giornalistico antagonista assumerà la forma di libro, mentre si preferirà una disposizione ad albero se il nostro fotoracconto verrà diffuso in digitale.

La messa in sequenza antagonista si oppone al modello narrativo tradizionale in cui uno o più personaggi, mossi dalla volontà di risolvere un problema che li affligge, compiono una serie di azioni volte al superamento e alla risoluzione dello stesso e non segue una logica cronologica. Rompere la relazione di causa ed effetto tra le immagini della sequenza è una logica antagonista in quanto basata su un criterio di non-linearità. Quindi, se le narrazioni foto-giornalistiche tradizionali partono dalla presentazione di un problema o conflitto e si dirigono, verso la presentazione della soluzione del problema; la messa in sequenza antagonista potrà mostrare il problema, ma non presenterà una soluzione, oppure, al contrario, presentare la soluzione, ma non il problema. Riassumendo, la messa in sequenza antagonista si caratterizza dall'utilizzo di un criterio "concettuale" basato sull'"istinto" visivo di ognuno.

4.2.3. Cartaceo o digitale?

Scegliere un supporto cartaceo è, nella prospettiva antagonista, preferibile rispetto alla scelta di un supporto digitale on-line. Attraverso il cartaceo infatti le immagini vengono fruite in maniera più lenta, e quindi più riflessiva, rispetto alle modalità con cui vengono fruite le immagini su supporto digitale on-line. L'antagonismo in questo caso consisterebbe nell'opporsi alla velocità di consumo delle immagini che la navigazione in Rete, per certi aspetti, impone. Ritengo quindi la forma libro maggiormente in grado di favorire una visione contemplativa dell'immagine e ritengo che questo sia dovuto alla differente disposizione fisico-mentale con cui si affrontano le pagine di un libro le quali, a differenza del supporto digitale, implicano il gesto dello sfogliare il quale implica a sua volta una relazione tattile con l'oggetto che si sta "utilizzando".

In base a ciò un prodotto foto-giornalistico antagonista realizzato su supporto cartaceo dovrebbe enfatizzare l'aspetto sensoriale che l'"oggetto-libro" possiede per via della sua fisicità. Per questo nella realizzazione del prodotto foto-giornalistico antagonista cartaceo si dovrà fare molta attenzione nello scegliere: il formato delle pagine; il tipo di rilegatura e la grammatura della carta; il tipo di stampa.

Il formato di stampa tradizionalmente utilizzato è un formato rettangolare e perciò in questo caso si può decidere sulla sua larghezza e altezza e si può scegliere l'orizzontalità o la verticalità. Il racconto foto-giornalistico antagonista non ha tale limitazione e può essere stampato in qualsiasi tipo di formato, quindi anche diverso da quello rettangolare. Allo stesso modo, la grandezza del formato può essere scelta liberamente, ma si ricordi almeno che alcune immagini richiedono una visione più intima di altre e che tale intimità è, dal mio punto di vista, raggiungibile attraverso un formato di piccole dimensioni, magari con ampi spazi bianchi (vuoti) tra le immagini, il testo e gli altri elementi visivi.

Non esistono rilegature più o meno antagoniste, ma la scelta della rilegatura per un racconto foto-giornalistico antagonista dipenderà in larga misura sia dai soldi che si hanno a disposizione sia dalla quantità di pagine, sia dalla maggiore o minore maneggevolezza e trasportabilità che si vuole dare all'oggetto. Pur non avendo linee guida precise per la rilegatura del racconto foto-giornalistico antagonista cartaceo si dica che è veramente molto importante fare la scelta giusta in quanto incide su come verrà ricevuto il vostro prodotto. Ad esempio, se il vostro fotoracconto sarà di 100 pagine, su un formato molto grande e avrà una rilegatura "pesante" e una copertina spessa e rigida, il vostro fotoracconto antagonista verrà letto principalmente in casa perchè scomodo da trasportare.

Sia che si scelga una forma digitale o che si scelga una forma cartacea il racconto foto-giornalistico antagonista dovrà prevedere una navigazione o consultazione complessa, dove con complessa si intende una navigazione o consultazione in cui non sono sempre chiari i motivi che hanno portato l'autore a creare un tale percorso tra le immagini. Quindi i criteri nella costruzione della sequenza di immagini non dovranno essere criteri univoci, ma dovranno essere criteri ognivolta rispondenti a logiche diverse: una sezione, per esempio potrà utilizzare immagini fortemente descrittive e potrà essere costituita da dettagli, mentre altre potranno essere maggiormente interessate a mostrare il "luogo" dove avvengono gli eventi rappresentati sia attraverso dettagli che attraverso immagini in campo largo. Si ritiene utile sia per la forma cartacea e digitale che il racconto e quindi la sequenza di immagini rinvii lo spettatore ad ambiti semantici lontani e accomunati da una logica non facilmente riconoscibile.

4.3. La diffusione

4.3.1. La pubblicazione indipendente

La pubblicazione di fotoracconti in maniera indipendente è stata una pratica utilizzata da diversi movimenti contro-culturali. La pubblicazione indipendente ha infatti una lunga tradizione che risale ai pamphlet religiosi e politici e giunge fino ai nostri giorni in forma di pubblicazione cartacea come, ad esempio: le novelle erotiche, i manifesti artistici futuristi, i giornali dadaisti e le "zines" della controcultura punk e skate.

Queste pubblicazioni nascono e si radicano nella volontà di trovare mezzi di diffusione e comunicazione alternativi e liberi da ogni tipo di censura. Infatti, le pubblicazioni indipendenti oltre ad avere contenuti che sfidano e si contrappongono all'ideologia dominante si oppongono alle tradizionali modalità di produzione e distribuzione di prodotti editoriali.

Mentre si potrebbe pensare che la pubblicazione cartacea indipendente sia oggi resa obsoleta dalla rete, la quale offre la possibilità a chiunque di pubblicare liberamente e a costo zero ogni tipo di contenuto, il caso di Valerio Spada ci spinge a ripensare questo assunto. In fondo oggi la pubblicazione cartacea indipendente è praticata da coloro che considerano la rete come strumento di omologazione e sottomissione culturale.

Nel marzo del 1946, l'artista americano Edward Ruscha, associato dagli storici dell'arte al movimento della Pop Art, pubblicò sulla rivista Artforum una pubblicità riguardo il suo libro "Twentysix Gasoline Stations", da lui stesso pubblicato in maniera indipendente. L'artista ottenne lo spazio pub-

blicitarario in cambio del pagamento di alcuni lavori svolti all'interno della rivista d'arte americana. La pubblicità mostrava un'immagine della copertina del libro di Ruscha e la didascalia all'immagine affermava: "REJECTED Oct.2, 1963 by the Library of Congress, Washington 25, D.C.". Ruscha aveva infatti inviato il libro all'istituzione americana che si occupa della registrazione di tutte le pubblicazioni prodotte e pubblicate negli Stati Uniti il quale, invece di accettare il libro di Ruscha, lo rispedì al mittente e non lo aggiunse alla collezione. Il libro di Ruscha sembrava un libro e ne assumeva a tutti gli effetti la forma, tuttavia ci deve essere stato qualcosa riguardo il suo contenuto o struttura che non rispondeva ai criteri a cui, secondo l'istituzione preposta, un libro doveva rispondere. Tra i motivi per cui la Library of Congress rifiutò il libro di Ruscha furono avanzate diverse ipotesi, come ad esempio: la mancanza di un editore che fosse noto e riconosciuto, i poco chiari intenti comunicativi delle sue immagini e il loro accostamento insolito; nonostante queste fossero solo ipotesi, il risultato fu che la Library of Congress giudicò il libro di Ruscha come un non-libro.

Questo aneddoto aiuta a spiegare come vi sia stato verso la pubblicazione di libri fotografici e artistici un certo rifiuto a giudicarli libri a tutti gli effetti. Non vi erano infatti ai tempi vocaboli in grado di identificare cosa esattamente questi prodotti fossero: oggi, tuttavia, consideriamo questi prodotti come il frutto dell'utilizzo "artistico" e "creativo" della tecnologia e li consideriamo come pubblicazioni informali stampate e prodotte in maniera indipendente. Ora, è utile sottolineare che negli anni '60 del secolo scorso queste pubblicazioni indipendenti furono il frutto di un approccio "concettuale" all'attività di stampa. Le immagini erano economicamente e realizzativamente facili da ottenere e riprodurre come mai prima e Ruscha, il quale aveva lavorato in un negozio di stampa, fece leva sulla sua esperienza per creare "Twentysix Gasoline Stations" che, insieme alla serie di libri successivi, presentava i contenuti in maniera fortemente innovativa e secondo logiche nuove.

A dieci anni di distanza circa, il caso di artisti che pubblicano in maniera indipendente i loro libri era un fatto talmente comune che la rivista d'arte newyorchese Art-Rite pubblicò, nel 1976, un numero speciale specificamente inteso a presentare e promuovere tali pubblicazioni artistiche indipendenti. In particolare, la rivista raccoglieva i motivi per cui gli artisti avrebbero scelto di utilizzare la pubblicazione indipendente per diffondere le proprie idee. Oggi esistono moltissimi spazi per la produzione e diffusione di pubblicazioni indipendenti, a proposito si ricordino almeno le organizzazioni "Printed matter" e "Franklin furnace" a New York, "Art metropo-

le” a Toronto in Canada e “Self Publish, be happy” a Londra.²

Queste pubblicazioni artistiche appartengono indubbiamente ad un panorama diverso rispetto a quello delle pubblicazioni fotogiornalistiche, ma è proprio per questo che ritengo utile riportarle all’interno di questo lavoro. In particolare esse offrono utili spunti per la progettazione antagonista in quanto spingono a ripensare la forma e le modalità di presentazione dei contenuti fotografici.

Due specifici fenomeni sociali hanno contribuito alla nascita di pubblicazioni indipendenti a basso costo. La prima è la comparsa di nuovi, economici e veloci strumenti per la stampa e la tipografia e la seconda è dovuta alla sempre più larga tendenza da parte del pubblico a sovvertire le strategie e i metodi che le grandi case editrici utilizzano per la produzione e distribuzione dei loro prodotti. Questa tendenza è trasversale a molti campi in cui si realizzano oggetti e prodotti: si pensi, ad esempio, come la diffusione degli strumenti di stampa 3D, che ora raggiungono costi piuttosto economici, abbia fatto nascere un vero e proprio movimento_ quello dei cosiddetti “makers”_ i quali progettano prodotti fortemente sperimentali che tendono ad essere diffusi e promossi in maniera indipendente.

4.3.2. Un’idea per la promozione

Il prodotto antagonista ottiene una buona visibilità se promosso nei luoghi, siano essi di ritrovo o di passaggio, frequentati dal gruppo a cui il prodotto intende riferirsi. Per esempio, le pubblicazioni “fotogiornalistiche” antagoniste potrebbero utilizzare per la loro promozione spazi urbani privati o pubblici, in disuso o ancora funzionanti e potrebbero essere promosse attraverso una campagna di affissioni in determinate aree ed, in particolare, in aree in cui il pubblico di riferimento si ritrova oppure transita. Tale campagna di affissioni dovrà essere progettata con l’obiettivo di suscitare interesse nell’osservatore e soprattutto creare una discussione all’interno dei possibili destinatari riguardo il suo significato. Per questo essa dovrebbe porre una domanda allo spettatore; tale domanda potrebbe essere formulata non necessariamente con l’utilizzo di elementi verbali e potrebbe essere intesa a provocare lo spettatore attraverso la presentazione parodica o satirica di alcune situazioni. La provocazione ha infatti un ruolo fondamentale sia nel catturare l’interesse del pubblico, sia nel provocare in esso un sentimento controverso e perturbante.

2 Cfr. Wilson, Martha. “<http://www.franklinfurnace.org/>”.
Schumann, Max. “<https://www.printedmatter.org/>”.
Huisken, Jesse. “<https://artmetropole.com/>”.
Ceschel, Bruno. “<http://www.selfpublishbehappy.com/>”.
L’ultimo accesso a tali siti è avvenuto il: 06/04/2016.

Inoltre per promuovere il prodotto foto-giornalistico antagonista un'idea potrebbe essere quella di appoggiarsi a spazi e organizzazioni socialmente e politicamente impegnate che si occupano di problemi di giustizia sociale come, ad esempio, gli spazi gestiti dai movimenti per la lotta alla casa, o gli spazi fisici in cui operano gruppi di pensiero e organizzazioni sociali che rivendicano specifici diritti. Ovviamente la scelta del gruppo a cui il prodotto si riferisce determina anche il luogo in cui esso verrà promosso: se il nostro fotoracconto antagonista ha come argomento la comunità LGBT esso richiederà innanzitutto di essere promosso all'interno di tale gruppo sociale e richiederà quindi l'individuazione e la definizione dei luoghi che tale comunità adibisce allo scambio di informazioni; tuttavia, se il nostro progetto antagonista con argomento la comunità LGBT è stato realizzato per fare conoscere tale realtà a coloro che non appartengono a questo gruppo sociale allora dovrà trovare altri canali per la propria diffusione.

Conclusioni

In questa ricerca ho presentato alcuni aspetti che contribuiscono alla creazione di narrazioni fotografiche e ho voluto offrire spunti per la realizzazione di un prodotto foto-giornalistico antagonista, dove, con antagonista, ho inteso un tipo di racconto foto-giornalistico che, facendo leva sull'aspetto di ambiguità intrinseco al linguaggio fotografico, crea una comunicazione "scomoda", "frammentaria" e ambigua in grado di trasmettere la "complessità" di alcuni fenomeni ed eventi contemporanei.

È stato necessario dapprima approfondire ed osservare le problematiche e le difficoltà tecniche che emergono quando si tenta di narrare un evento attraverso l'utilizzo di immagini fotografiche. In particolare è stato necessario mettere in evidenza come alcuni prodotti fotogiornalistici recenti tendano a presentare i fatti attraverso elementi fortemente iconici e simbolici che, se da un lato servono a rendere il messaggio fotografico facilmente comprensibile e consumabile, dall'altro creano narrazioni e rappresentazioni fortemente affette da vizi e stereotipi.

Uno degli obiettivi di questa ricerca è stato quello di mostrare come il compito del designer della comunicazione non sia quello di fornire interpretazioni "chiare" ed "esaustive" del reale ma sia piuttosto quello di stimolare una riflessione sulle idee e principi che guidano lo sviluppo sociale e di conseguenza come il suo ruolo non sia quello di facilitare la governabilità, ma quello di criticarne gli assunti e le prospettive. Per dimostrare quanto la concezione del design come pratica "affermativa" sia controproducente per la risoluzione dei problemi che affliggono la società contemporanea sono ricorso alle idee elaborate da alcuni teorici del design e dei media e attraverso queste ho dimostrato come possa essere "ripensato" il prodotto foto-giornalistico per l'informazione "non ufficiale" e indipendente.

Ho dimostrato inoltre come il modello comunicativo "reticolare" e "partecipativo" della rete abbia promosso un modello di conflittualità e agonismo "intellettuale" all'interno della società. Nello specifico ho dimostrato come la Rete e l'innovazione tecnologica abbiano contribuito a rendere ogni cittadino un potenziale "autore" e come questo abbia a sua volta contribuito alla creazione di nuovi modelli di pensiero.

Per concludere, ho ritenuto necessario mostrare come le analisi e le speculazioni riguardo i principi teorici della progettazione "antagonista" possano essere applicati allo specifico campo del foto-giornalismo. Questo ha imposto la trasgressione di diverse convenzioni alla base del foto-giornalismo, ma non ha allontanato la pratica del foto-giornalismo dai suoi

principi etici e culturali di fondo, al contrario ha voluto enfatizzare quelle caratteristiche che lo rendono a tutti gli effetti uno strumento democratico e di confronto.

Bibliografia

- AA.VV. "Walker Evans. American Photographs", MOMA, 2012.
- Abruzzese, Alberto. "Il tempo e lo spazio di Internet", in "Dall'edicola al web", Reset, Roma, 2001.
- Aloci, Tiziana. "L'intertestualità nel foto-giornalismo. Tipi visuali: dal foto-giornalismo professionale al foto-giornalismo diffuso". Tesi di laurea, Politecnico di Milano, A.A. 2013-2014.
- Barthes, Roland. "La camera chiara", Einaudi, 2003.
- Bergamini, Oliviero. "La democrazia della stampa. Storia del giornalismo", Laterza, 2013.
- Berger, John; Mohr, Jean. "Another way of telling", Vintage, 1995.
- Bianchi, Sergio, a cura di. "Storia di una foto. Milano, via De Amicis, 14 maggio 1977", Derive Approdi, 2011.
- Blaker, Alfred. "Fotografia. Arte e Tecnica". Zanichelli. 1988.
- Bonfantini, Massimo A. "Breve corso di semiotica". Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, 2000.
- Carlini, Franco, "Parole di carta e di web. Ecologia della comunicazione", Einaudi, torino, 2004.
- Carroll, Henry. "Read this if you want to take great photographs"; Laurence King, 2014.
- Cheroux, Clement. "Diplopia". Einaudi, 2010.
- Disalvo, Carl. "Adversarial design", MIT press, 2012.
- Dunne, Anthony; Raby, Fiona. "Design Noir: The secret Life of Electronic Objects", Birkhauser, Basilea, 2001. p.58
- Dunne, Anthony; Raby, Fiona. "Speculative everything", MIT press, 2014.
- Fadigati, Neri. "Il mestiere di vedere. Introduzione al foto-giornalismo", Edizioni Plus, 2009.
- Genette, Gérard. "Palinsesti. La letteratura al secondo grado", Torino, Biblioteca Einaudi, 1997.
- Gozzini, Giovanni. "Storia del giornalismo", Mondadori, Milano, 2000.
- Granata, Luigi. "Le reti telematiche", Ellissi, Napoli, 2000.

- Hall, Stuart. "Representation". Open University, 2013.
- Hine, Lewis Wickes, and Lee Gallery (Winchester Mass.). "Lewis Hine: Child Labor 1908-1916 and Other Photographs". January, 1998, Lee Gallery. The Gallery, 1998.
- Kobré, Kenneth. "Photojournalism. The professionals' approach". Focal press, 2013.
- Lisiero, Umberto. "Newspaper Revolution", Fausto Lupetti editore, 2012
- Lucas, Uliano; Agliani, Tatiana. "La realtà e lo sguardo. Storia del foto-giornalismo in Italia". Einaudi, 2015.
- Lugon, Olivier. "Lo stile documentario in fotografia: da August Sander a Walker Evans, 1920-1945." Electa, Milano, 2008.
- Mazzocco, Davide. "Giornalismo online", CdG, 2014.
- McCloud, Scott. "Understanding Comics", Kitchen Sink Press, 1993.
- McLuhan, Marshall. "Gli strumenti del comunicare", il Saggiatore, 1995.
- Morozov, Evgeny. "Internet non salverà il mondo", Mondadori, 2014.
- Newton, Julianne H. "The burden of visual truth. The role of photojournalism in mediating reality". Routledge, 2008.
- Paccagnella, Luciano. "La comunicazione al computer", Il Mulino, Bologna, 2000.
- Pontiroli, Francesco. "Comunicare con le immagini", Tesi di Laurea, Politecnico di Milano, 2014-2015.
- Pratellesi, Marco. "New Journalism", Mondadori, 2013.
- Ricciardi, Mario. "Studi umanistici e nuove tecnologie" in Ricciardi M. (a cura di), "Oltre il testo: gli iperesti," FrancoAngeli, Milano 1994.
- Richtin, Fred. "Bending the frame", Aperture, 2013.
- Richtin, Fred. "Dopo la fotografia", Einaudi, 2009.
- Sontag, Susan. "Sulla fotografia", Einaudi, 2011.
- Spada, Valerio. "Gomorrhah Girl", Cross Editions, Parigi, Francia, 2011.
- Staglianò, Riccardo. "Giornalismo 2.0", Carocci, 2011.

Filmografia

Kassovitz, Mathieu. "L'odio", prod. Rossignon, Christophe; Francia, 1995.

Garrone, Matteo. "Gomorra", prod. Procacci, Domenico; Italia, 2008.

Sitografia

Balog, James.

"<http://extremeicesurvey.org/>", 2007; Data accesso 24/03/2016.

Davis, Mike.

"<http://www.michaelddavis.com/blog/2010/6/3/the-difference-between-a-picture-story-and-a-photo-essay.html>"; Data accesso: 19/03/2014.

Getty, Mark, Klein, Jonathan.

"<http://www.gettyimages.it/>". Seattle, Usa. 1998. Data accesso: 14/04/2016.

Bach, Arnau.

<http://www.arnaubach.es/suburbia/>; ultimo accesso 01/04/2016.

Klein, Ezra.

"<http://www.vox.com/>", 2014. Data accesso: 14/04/2016.

Lasn, Kalle; Schmalz, Bill.

"<http://www.adbusters.org/>". Vancouver, Canada, 1998. Data accesso: 14/04/2016.

Ritchin, Fred.

"<http://www.pixelpress.org/bosnia/intro.html>", Data accesso; 04/04/2016.

Kåri, Anna; Alandry, Guilhem; Munck Birch, Anne Marie;

<http://www.doculab.eu/project/kroo-bay/>; ultimo accesso 09/04/2016.

Chen, Steve; Hurley, Chad; Karim, Jawed;

"<https://www.youtube.com/watch?v=87efjtx5-ik>".

Allen, Devin; Instagram account: <https://www.instagram.com/bydvnlln/>". Data

Accesso: 14/04/2016.

V&A Museum "Search and Collection" website; "<http://collections.vam.ac.uk/item/O63805/faraday-chair-chair-dunne-raby/>"; Data accesso: 10/04/2016.

Paik, Jaemin. "<http://jaeminpaik.com/>". Data accesso: 14/04/2016.

Ferrara, Luciano. "<http://www.lucianoferrara.it/public/ferrarafoto/index.php>".

Data accesso: 10/04/2016.

Harvey, David Alan; <http://www.burnmagazine.org/essays/2011/12/valerio-spada-gomorra-girl/>; ultimo accesso 03/04/2016.

Kuiper, Sybren, "<http://www.sybontwerp.nl/>"; Data accesso 14/04/2016.

Spada, Valerio. "<http://www.valeriospada.com/Gomorra-Girl/thumbs>". Data accesso: 13/04/2016.

Wilson, Martha. "<http://www.franklinfurnace.org/>". Data accesso: 06/04/2016.

Schumann, Max. "<https://www.printedmatter.org/>". Data accesso: 06/04/2016.
Huisken, Jesse. "<https://artmetropole.com/>". Data accesso: 06/04/2016.

Ceschel, Bruno. "<http://www.selfpublishbehappy.com/>". Data accesso: 06/04/2016

Indice immagini

1. "Corriere d'informazione", 16 maggio, 1977.
Cfr. Bianchi, Sergio, A cura di. "Storia di una foto. Milano, via De Amicis, 14 maggio 1977", Derive Approdi, 2011.
- 2-5. Conti, Antonio. Senza Titolo. 14 maggio, 1977.
Cfr. Bianchi, Sergio, A cura di. "Storia di una foto. Milano, via De Amicis, 14 maggio 1977", Derive Approdi, 2011.
6. Pedrizzetti, Paolo. Senza Titolo. 14 maggio, 1977.
Cfr. Bianchi, Sergio, A cura di. "Storia di una foto. Milano, via De Amicis, 14 maggio 1977", Derive Approdi, 2011.
7. Balog, James. "Ice Extreme Survey". 2007. Il prima.
8. Balog, James. "Ice Extreme Survey". 2007. Il dopo.
9. "Man with the Horse" da: Berger, John; Mohr, Jean. "Another way of telling", Vintage, 1995. p. 85
- 10-11. Immagini da: "Understanding Comics". Cfr. McCloud, Scott. "Understanding Comics", Kitchen Sink Press, 1993. pp. 70-72; 80.
12. Gardner, Alexander. Ritratto di Lewis Payne, 1865.
13. Hine, Lewis. "Manuel". Biloxi, Mississippi, 1911.
14. Munari, Bruno. "Fotocronache". Domus, 1944.
15. Anonimo. Fotografia dell'esercito americano, esplosione dell'Uss (nda. United States Ship) Shaw, Pearl Harbor, 7 dicembre 1941.
16. Platt, Spencer via Getty Images. L'immagine simbolo dell'attacco aereo alle Torri Gemelle dell'11 settembre 2001.
17. Rosenthal, Joe. Sei marines nell'atto di issare la bandiera americana a Iwo Jima, 23 febbraio, 1945.
18. Franklyn, Thomas. Tre pompieri issano la bandiera americana sulle macerie del World Trade Center; 11 settembre, 2001.
19. Anonimo. Immagine della mostra "Here is New York. A democracy of photographs".
- 20-22. Serie di "Fermi immagine" dal film "l'Odio". Regia: Matthieu Kassovitz, 1995.
- 23-25. Bach, Arnau. "Suburbia". Francia, 2012.
Cfr. Bach, Arnau, "<http://www.arnaubach.es/suburbia/>"; Data accesso: 01/04/2016.

26-27. Screenshots da: "<http://www.adbusters.org/>". Data accesso: 01/04/2016.

28-35. Copertine della rivista Adbusters.

36-37. Screenshots da: Ritchin, Fred; Peress, Gill. "Bosnia: Uncertain Paths to Peace". 1997. Cfr. Ritchin, Fred; Peress, Gill. "<http://www.pixelpress.org/bosnia/intro.html>".
Data accesso: 04/04/2016.

38. Allen, Devin. Senza titolo. Aprile, 2015. Cfr. "<https://www.instagram.com/bydvnlln/>"

39. Instagram post di Devin Allen. Aprile, 2015. "<https://www.instagram.com/bydvnlln/>"

40. La copertina del TIME dell'11 aprile 2015 con l'immagine che Devin Allen pubblicò sui "social network" nei giorni precedenti.

Da 41 a 69. Allen, Devin. Senza titolo. Aprile, 2015. Cfr. "<https://www.instagram.com/bydvnlln/>". Data accesso: 11/04/2015.

72-73. Screenshots da: Lopez, German. "<http://www.vox.com/cards/freddie-gray-baltimore-riots-police-violence>". Ultimo accesso: 05/04/2016.

74. Drew, Anger; 27 aprile 2015, Baltimora, USA;
Cfr. Getty Images; "<http://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/with-baltimore-police-officers-in-riot-gear-fotografie-di-cronaca/471375014>".
Data accesso: 10/04/2016

75. Drew, Anger; 27 aprile 2015, Baltimora, USA;
Cfr. Getty Images; "<http://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/with-baltimore-police-officers-in-riot-gear-fotografie-di-cronaca/471375015>".
Ultimo accesso: 10/04/2016

76. Somodevilla, Chip. 27 aprile 2015. Baltimora, Usa.
Cfr. Getty Images; "<http://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/demonstrators-climb-on-a-destroyed-baltimore-fotografie-di-cronaca/471381728>".
Data accesso: 10/04/2016.

77. Drew, Anger; 27 aprile 2015, Baltimora, USA;
Cfr. Getty Images; "<http://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/people-stand-on-a-damaged-baltimore-police-car-fotografie-di-cronaca/471375026>";
Data accesso: 10/04/2016.

78. Immagine da: "<http://www.thinglink.com/>. Progetto: "The Face of Hunger in Syria".

79. Immagine del New York Times inerente il caso della bomba esplosa durante la Boston Marathon del 15 aprile 2013. Cfr. The New York Times.com: "<http://www.nytimes.com/topic/subject/boston-marathon-bombings>". Data accesso:

13/04/2016.

80-82. Screenshots da: Kâri, Anna; Alandry, Guilhem; Munck Birch, Anne Marie; "<http://www.doculab.eu/project/kroo-bay/>"; dal progetto: "This is Kroo bay".

Progetto di Doculab: "<http://www.doculab.eu/>".

Data accesso: 09/04/2016.

83. Raby, Fiona; Dunne, Anthony. "A/B".

Cfr. Dunne, Anthony; Raby, Fiona. "Speculative everything", MIT press, 2014. p. vii

84. Dunne, Anthony; Raby, Fiona. "Faraday Chair". Gran Bretagna, 1995. Telaio saldato in acciaio, acrilico, silicone e cuscino.

85. Dunne, Anthony; Raby, Fiona, "PPPP", 2009.

Cfr. Dunne, Anthony; Raby, Fiona. "Speculative everything", MIT press, 2014. p. 5

86-88. Paik, Jaemin; "When we all live to 150". Gran Bretagna. 2012.

Cfr. Dunne, Anthony; Raby, Fiona. "Speculative everything", MIT press, 2014. p. 45

88. La copertina della prima edizione del libro "Gomorrah Girl" di Valerio Spada. Spada, Valerio; "Gomorrah Girl", Cross Editions, Parigi, Francia, 2011.

89-91. Alcune immagini delle pagine interne di "Gomorrah Girl".

Cfr. Spada, Valerio; "Gomorrah Girl", Cross Editions, Parigi, Francia, 2011.

92. Ferrara, Luciano; dal reportage: "Scampia Secondigliano".

Cfr. Ferrara, Luciano; "<http://www.lucianoferrara.it/public/ferrarafoto/index.php>".

Data accesso: 10/04/2016.

93. Spada, Valerio. Da: "Gomorrah Girl".

Cfr. Spada, Valerio; "Gomorrah Girl", Cross Editions, Parigi, Francia, 2011.

94. L'immagine mostra la collana con l'immagine di Annalisa Durante appesa al collo del padre. Questa è l'unica immagine di Annalisa presente nel libro.

Cfr. Spada, Valerio; "Gomorrah Girl", Cross Editions, Parigi, Francia, 2011.

95. "Fermo immagine" dal film "Gomorrah" di Matteo Garrone. In essa un primo piano di uno dei protagonisti in uno dei corridoi dell'edificio "Le vele di Scampia".

Cfr. Garrone, Matteo (Regia); Procacci, Matteo (Produzione), "Gomorrah". Italia, 2008.

96-109. Spada, Valerio; "Gomorrah Girl", Cross Editions, Parigi, Francia, 2011.

110. Stanmeyer, John. "Signal", Djibouti City, 26 febbraio 2013

111. Cartier-Bresson, Henri. "The Var department". Hyères, France, 1932.

112. Pellegrin, Stefano. Gruppo di kosovari in arrivo a Kukës, Albania, 1999.

