

IL CASO DELLA FOTO MANIPOLATA



Una stessa foto appare diversa su giornali diversi: cosa è avvenuto? Riflettiamo sulla gestione delle fotografie nei quotidiani.

Un brutto episodio ci stimola, o meglio, ci costringe a parlare dell'utilizzo della fotografia da parte della stampa quotidiana italiana.

Martedì 10 ottobre 2000, *Il Manifesto* ha pubblicato in prima pagina una fotografia chiaramente manipolata: l'evidenza del misfatto la si è avuta dal confronto con altre due testate quotidiane a tiratura nazionale (*La Repubblica* ed il *Corriere della Sera*), le quali, lo stesso giorno, nelle loro pagine interne, hanno pubblicato la stessa immagine priva di manipolazione e con ben due

soggetti in più rispetto a quella comparsa su *Il Manifesto*.

L'evidenza è poi diventata zimbello nazionale, allorché la redazione del programma televisivo "Striscia la notizia" ha esibito a milioni di italiani le prove del misfatto, confrontando i tre quotidiani davanti alle telecamere.

Lettere di protesta alla redazione del colpevole e smascherato giornale e risposta del redattore Franco Carlini, il quale ha spiegato e giustificato la scelta del suo quotidiano, senza rimpianti.



Foto pubblicata da Repubblica.



Foto pubblicata dal Corriere della sera.

Questa vicenda ci permette di mettere in evidenza le caratteristiche dell'utilizzo della fotografia da parte dei quotidiani italiani, al di là di ogni riferimento politico generale e al di là di facili strumentalizzazioni politiche del particolare episodio.

La consapevole e macroscopica manipolazione ci dice esattamente quale sia la considerazione che i giornali italiani hanno della fotografia.

Abbiamo più volte detto che oggi il fotogiornalismo deve essere approfondimento (visivo e di contenuti) di una notizia; un approfondimento dovuto alla consapevolezza che gran parte degli spettatori/lettori sono già informati e hanno già visto un evento grazie alla televisione. Compito del

fotogiornalista è quello di andare oltre all'immagine documentaria e descrittiva e darci un qualcosa in più rispetto a quanto entra in tutte le nostre case grazie ad un mezzo veloce e potente come la TV.

Evidentemente questa dimensione non può entrare a far parte della metodologia di lavoro e quindi della mentalità di un giornale quotidiano, all'interno del quale la velocità, sia di realizzazione che di fruizione, è una componente essenziale.

L'immagine fotografica per i quotidiani italiani è semplicemente un riempitivo, che non può aggiungere niente a quanto già visto, un qualcosa che quando viene pubblicato è già vecchio.

La fotografia viene fagocitata dal sistema

informativo di tutti i quotidiani italiani e vomitata sulle loro stesse pagine, spesso a brandelli (come nel caso preso in considerazione).

Nemmeno importa se la foto è bella, non c'è tempo per valutarla.

È la morte del reportage di informazione. Una morte evidenziata anche da altri elementi che emergono dall'analisi e dal confronto delle tre foto pubblicate, uscendo dall'episodio della macroscopica manipolazione, per guardare più in generale al tema di questo articolo.

Primo: nessuno dei due quotidiani che hanno pubblicato la foto "integra" (né il *Corriere della Sera* né *La Repubblica*) cita il nome dell'autore dell'immagine.

Paradossalmente veniamo a sapere che l'immagine è dell'agenzia Associated Press Proprio da *Il Manifesto*, autore del ritocco.

Per dovere di cronaca (visto che nessuno lo ha fatto) colmiamo la lacuna e diciamo che il fotografo che ha realizzato l'immagine è Jerome Delay, bravissimo fotoreporter i cui lavori erano visibili quest'anno in una mostra a lui dedicata al Festival Internazionale di Fotogiornalismo di Perpignan.

Secondo: solo una delle testate in questione (La Repubblica) cita chiaramente il luogo dove l'immagine è stata scattata (Ramallah).

Il Manifesto con un sottotitolo/didascalia ci fa pensare, ma non è detto, che la foto sia stata scattata a Nazareth.

Il Corriere della Sera, per non sapere né leggere né scrivere, sorvola.

Imprecisioni, mancanze, inesattezze che indicano chiaramente una scarsa considerazione sia per l'immagine, che per il suo autore.

Terzo (ultima, ma forse più importante considerazione, la cui ovvietà è solo apparente): la foto è una, ovvero, i tre quotidiani hanno pubblicato lo stesso giorno la stessa foto, ovvero, tutte e tre le foto sono state acquistate dalla stessa fonte.

Questo è il grave problema dei cosiddetti "imbuti informativi". L'informazione di oggi passa attraverso un limitato numero di fonti (fondamentalmente le grosse agenzie di stampa): se un evento viene trasmesso da tali strutture allora assume rilevanza, altrimenti è come se non fosse mai avvenuto. La considerazione vale ovviamente anche per le fotografie.

Le grandi agenzie (anche quelle fotografiche) sono quelle che monopolizzano non solo il mercato, ma anche l'informazione. In Italia i quotidiani si rivolgono a queste strutture (che forniscono convenzioni, accordi, sconti) per avere immagini in tempi velocissimi ed a costi minimi, un servizio che solo grandi aziende possono offrire.

Il risultato è questo: stesse immagini sui giornali, stessa imprecisione, stessa inesattezza, stessa scarsa considerazione della foto e del suo valore. Con conseguenti casi estremi, più o meno eclatanti, che fanno troppo spesso dimenticare quanto questa scarsità di fonti generi in realtà un grosso problema di democrazia, dal momento che impedisce un'informazione differenziata, e quindi più completa (senza parlare dei rischi di un facilissimo "controllo" delle poche fonti esistenti).

Insomma, si torna sempre allo stesso pun-

to: quello della mancanza di considerazione nei confronti della fotografia da parte della stampa quotidiana italiana. Se questo è anche l'atteggiamento di un quotidiano unanimemente considerato in Italia come tra i più attenti alla qualità dell'immagine, allora siamo veramente a livelli deprimenti. Abbiamo sempre precisato in queste note che il problema riguarda i quotidiani italiani. Non a caso questo atteggiamento è molto distante dall'attenzione e dalla qualità delle immagini che esiste in altri (non in tutti) paesi europei. Facciamo un esempio concreto: da un po' di anni risulta evidente agli operatori del settore l'ottima qualità raggiunta dal fotogiornalismo danese. I motivi che hanno portato un piccolo paese ad essere una grande fucina di talenti nel campo del fotogiornalismo sono sì da ricercarsi nella creazione e nello sviluppo di ottime scuole di fotografia, ma soprattutto nella pignola attenzione che la stampa danese riserva alla fotografia.

Qualità visibile ad esempio al Festival Internazionale di Fotogiornalismo di Perpignan nella mostra Presse Quotidienne (Stampa Quotidiana), che raccoglieva le migliori foto pubblicate quest'anno sui quotidiani di tutto il mondo. Guarda caso tra essi mancavano giornali italiani, ma ve ne erano numerosi danesi. I fotoreporter cresciuti in Danimarca si devono confrontare con strutture che pretendono da loro una elevatissima qualità fotogiornalistica ma che, al tempo stesso, offrono loro anche mezzi e fiducia per poterla ottenere: ciò ha permesso a diversi professionisti danesi di essere apprezzati a livello internazionale per i contenuti e per lo stile tanto personale quanto efficace dei loro lavori.

Fotografi come Nicolai Fuglisy, che l'anno scorso ha presentato il più bel reportage visto ultimamente (riguardante gli effetti dell'inquinamento nella cittadina russa di Muslumovo), Tine Harden (premiato quest'anno nel World Press Photo per il suo lavoro sull'allevamento di cavalli in Galizia), Jan Grarup (premiato quest'anno nel World Press Photo per il suo intenso reportage sul Kosovo), Jan Dago (premiato quest'anno nel World Press Photo per la sua testimonianza sulla violenta situazione indonesiana), Claus Bjorn Larsen (vincitore del World Press Photo con le sue immagini dei profughi kosovari), Henrik Saxgren (precursore del fotogiornalismo danese e autore quest'anno di un intenso reportage sulla vita nelle baraccopoli nicaraguensi di Managua) hanno collocato la Danimarca tra i paesi fotograficamente più sviluppati

che continuano a dare severe lezioni di fotografia all'Italia, che invece, riguardo a prodotti e formazione editoriale, sembra essere un mondo a parte, e in disparte.

Lezioni che non sono fini a se stesse, ma che riguardano una delle più importanti componenti di un paese democratico: la libertà di informazione. Fotoreporter preparati e motivati vengono inviati (anche dai quotidiani) in zone giornalisticamente rilevanti con lo scopo di dare una testimonianza diretta e svincolata da condizionamenti o da filtri di ogni tipo, offrendo non solo un documento ma anche una precisa opinione, la cui attendibilità deriva ed è legittimata dalla loro presenza sul posto. Questo significa informare rispettando.

Un atteggiamento ben diverso da quello di chi, seduto al caldo in una redazione, arriva a manipolare il frutto del lavoro di un vero, e magari unico testimone, il lavoro di un professionista che non esita a stare in mezzo alle pallottole ed ai sassi pur di onorare un suo diritto ed un suo dovere: quello di informare.

Ripetiamo: si tratta fondamentalmente di una questione di rispetto, sia verso chi informa che verso chi viene informato. Così come nessuno toccherebbe un disegno di Vairo, vignettista satirico de *Il Manifesto*, altrettanto dovrebbe avvenire per quelle testimonianze visive che sono le immagini di reportage, ben più difficili non solo da ottenere, ma anche da realizzare.

Si potrebbe obiettare che tutti questi ragionamenti si infrangono di fronte al problema delle risorse economiche. E certo non saremo noi a chiedere a *Il Manifesto* sforzi che un piccolo giornale non può compiere, domandando di utilizzare parte delle sue già scarse risorse nell'invio di fotogiornalisti in zone calde; nei suoi confronti ci limitiamo alla richiesta di una maggiore riflessione prima di usare Photoshop: raramente l'informazione libera e democratica passa attraverso la manipolazione delle foto.

Gli altri quotidiani invece forse farebbero meglio a pensare in termini di piano economico: quanto investono per ingaggiare firme cosiddette illustri, per avere interviste esclusive con personaggi dello star system o per compiacere gli inserzionisti? E quanto investono invece per avere un'informazione degna di tale nome?

Ma questa è un'altra storia.

Leonardo Brogioni
progresso@leobrogioni.it