

LA REALIZZAZIONE DEL SERVIZIO

**L'inchiesta e poi la fase delle riprese, con l'esigenza di farsi accettare,
ma poi dimenticare; il reportage come racconto di una storia.**

**Il diritto all'immagine delle persone fotografate:
la differenza tra fotografare e pubblicare.**



Quali sono le foto da scattare durante un reportage? Questa è la domanda che si porranno a questo punto anche i più fedeli lettori.

Innanzitutto diciamo che quello che conta per un fotogiornalista non può, e non deve essere, soltanto il guadagnarsi da vivere con la fotografia; fosse semplicemente così il nostro consiglio sarebbe quello di non perdere tempo a leggere questi articoli e di andare piuttosto a fotografare tutto ciò che succede intorno a voi. Ma a nostro parere questo vorrebbe dire passare ore sotto la pioggia o sotto il sole per poi scattare una foto, precipitarsi a svilupparla e correre al giornale per consegnarla. Significherebbe cioè fare un lavoro meccanico simile a tanti altri. Come ad esempio un operaio usa la chiave inglese in una catena di montaggio per produrre un'automobile, così un fotografo usa l'apparecchio fotografico in una catena produttiva necessaria a costruire un giornale. Per fare questo tipo di reportage basta essere al posto giusto nel momento giusto, con l'attrezzo giusto ed un buon informatore alle spalle.

Secondo noi questo equivale ad usare la fotografia soltanto a fini documentativi o descrittivi, il che significa, come già detto negli articoli precedenti, limitare le sue e le vostre potenzialità.

Sarebbe nostra intenzione farvi fare un passo in più; ecco perché tutto questo spreco di parole e di inchiostro.

Quello che possiamo e vogliamo insegnare cioè è un uso della fotografia a fini espressivi, oltre che informativi. Ciò a cui dovete puntare, ciò che è importantissimo raggiungere, è uno stile fotografico originale, riconoscibile ed emozionante. Solo così riuscirete a campare facendo un mestiere utile, non solo perché comunica ed informa, ma anche e soprattutto perché emoziona, entusiasma, indigna, scuote.

Non è cosa facile, anzi è difficilissimo. Sicuramente è una meta irraggiungibile per chi si dedica alla fotografia a tempo perso o per chi pensa che essere fotografi equivalga ad avere una macchina fotografica. Essere un fotogiornalista significa raccontare delle storie con le immagini in maniera emozionante e personale. Vuol dire usare la fotografia non solo per documentare, ma soprattutto per comunicare un messaggio personale in un modo che sentite vostro e che è in sintonia con i tempi in cui vivete.

Per farlo dovete faticare. La formazione professionale è ciò che più viene sottovalutato in questo settore. Per cui imparate ad ascoltarvi, a sentire cosa volete dire con le foto, a capire perché volete usare la fotografia, a conoscere il clima culturale in cui vivete. E poi basate tutto il vostro lavoro su questo. Progettazione, organizzazione, preparazione e realizzazione devono fon-



darsi su questa riflessione iniziale.

Nella pratica questo significa che dovete imparare a selezionare. La fotografia è selezione, sempre, dall'inizio alla fine del lavoro. Selezione e scelta degli argomenti, delle cose da dire in proposito, dei modi e dei mezzi con cui affrontarli, dei momenti in cui scattare, delle porzioni di spazio da inquadrare, delle immagini scattate, delle testate e delle persone a cui presentarle. Tutto deve essere scelto e selezionato in maniera non casuale: nulla deve essere lasciato al caso o alla pigrizia. Solo una perfetta consapevolezza del messaggio che volete inviare abbinata a delle scelte consapevoli, soggettive e appropriate riguardanti i modi ed i mezzi a vostra disposizione per inviarlo, vi consentirà di affrontare professionalmente e con efficacia un settore della comunicazione spesso vissuto con superficialità.

Per cui alla domanda iniziale troverete risposta solo dopo aver ampliato le vostre conoscenze e la vostra cultura, dopo aver chiarito le vostre convinzioni, dopo aver capito i messaggi che volete esprimere, dopo aver riflettuto sui mezzi espressivi da utilizzare ed aver scelto i modi più adatti per esprimere il vostro pensiero.

Il che significa un inevitabile dispendio di sudore, lacrime, energie, soldi. Non solo, ma significa anche che tutto dipende esclusivamente da voi. Noi possiamo solo dare delle indicazioni di massima e proporre delle riflessioni che possono essere utilizzate per cercare di intraprendere questa professione. Vediamo dunque quali sono le operazioni concrete per cercare di realizzare tutto questo.

L'INCHIESTA

Fase assolutamente necessaria per la realizzazione di un reportage è quella della raccolta di tutte le notizie indispensabili ed utili alla riuscita del vostro servizio fotografico.

Si tratta di partire dalla propria idea di soggetto per passare ad una raccolta il più esauriente possibile di informazioni ad esso riferite.

Per ben condurre questo lavoro bisogna procedere secondo un ordine preciso.

a) La raccolta delle informazioni

Il testo scritto da voi redatto (vedi articolo precedente "La Preparazione del Servizio"), ha definito i punti essenziali del soggetto. Come fotogiornalisti dovete approfondire queste basi conducendo un lavoro di investigazione: raccogliere cioè tutte le informazioni disponibili sui vari mass media a proposito del tema scelto, verificare sistematicamente le fonti, la loro attendibilità e la veridicità delle notizie.

Sarebbe utilissimo risalire direttamente a chi ha fornito l'informazione (giornalisti, intellettuali, studiosi, cronisti della stampa locale o inviati locali di testate nazionali). Riuscire ad interpellarli equivale alla possibilità di trovare nuovi contatti, fino spesso ad arrivare alla fonte primaria della notizia e/o trovarne delle alternative.

b) I contatti

In un secondo momento è fondamentale prendere contatto con le persone direttamente correlate al reportage.

Il primo contatto avviene generalmente per telefono. C'è da dire che la parola (orale o scritta) è l'unico mezzo che come fotogiornalisti vi troverete ad usare per essere

identificati come professionisti: attraverso la spiegazione del vostro progetto di reportage dovrete dimostrare la vostra preparazione giornalistica e tecnica, la mancanza di improvvisazione, la vostra cultura, i vostri interessi, il vostro entusiasmo. È ovvio che chiedere di fotografare qualcosa o qualcuno significa quasi sempre essere sottoposti ad una specie di esame/interrogatorio; è normale, lo fareste anche voi.

Questi primi contatti telefonici devono servire anche per ottenere ulteriori informazioni, non solo sull'argomento ma anche sulla necessità o meno di richiedere delle autorizzazioni.

Nel 90% dei casi inoltre vi verrà chiesto di inviare una lettera/fax di presentazione e spiegazione del progetto, che servirà anche ad indicare quale sarà l'uso eventuale delle foto (e qui utilizzerete il testo scritto redatto nella fase di preparazione del reportage).

Quanto appena detto vi dimostra ancora una volta come sia indispensabile avere le idee ben chiare su ciò che volete fare: dovrete essere tanto convincenti da spingere delle persone a dedicarvi del tempo, se nemmeno voi sapete ciò che volete non ci sarebbe motivo perché qualche sconosciuto vi aiuti.

Questi primi contatti dovranno essere seguiti dal prendere degli appuntamenti sul luogo delle riprese. Per fare cosa?

c) Il sopralluogo/colloquio diretto

Dovete prendere un appuntamento con tutti coloro che potranno guidarvi e/o aiutarvi nel vostro lavoro, e parlarci (a volte sono i protagonisti del servizio, ma non sempre e non per forza: addetti stampa, responsabili della comunicazione o delle relazioni pubbliche possono esser di grande aiuto; è il loro lavoro!).

Durante questo colloquio esporrete chiaramente le vostre esigenze di fotogiornalisti: le vostre idee e le vostre fantasie, chiederete una descrizione/cartina/foto dei luoghi o dei personaggi da fotografare. Eventualmente procederete al reperimento di questi dati sul terreno per scegliere le migliori situazioni visuali.

È scontato che nel chiedere e per ottenere il massimo delle informazioni è necessario essere educati e cortesi, ma soprattutto occorre dimostrare di essere informati sull'argomento.

Prendere del tempo per guardarsi intorno, per familiarizzare con ambiente e persone, per entrare nell'atmosfera della situazione è qualcosa che si rivelerà più utile di quanto potete immaginare. L'atmosfera entrerà a far parte del vostro immaginario e vi permetterà di pensare, fantasticare e quindi progettare possibili soluzioni visive al soggetto che state affrontando. Senza un so-

pralluogo invece sarete costretti ad improvvisare sul momento, aumentando le difficoltà di realizzazione del vostro progetto.

d) Gli appunti

Durante il sopralluogo poi dovete registrare tutti i dettagli. Alcuni (come l'esposizione al sole di certe zone, gli orari di buona illuminazione, gli orari di apertura/chiusura di negozi, supermercati, uffici, gli orari dei mezzi di trasporto, l'orario in cui viene attivata l'illuminazione pubblica notturna) risulteranno indispensabili.

Per orientarsi in un reportage, specialmente al momento della visione degli scatti realizzati, dovete obbligatoriamente prendere appunti scritti in maniera molto ordinata. Ecco cosa scrivere:

* i contatti: nomi, indirizzi, numeri di telefono e fax, reperibilità al momento delle riprese, verifica ed aggiornamento di questi dati

* impiego del tempo: programmazione del tempo a disposizione. Ad esempio uno schema tempo/immagine all'interno del quale inserire le foto realizzate e quelle da realizzare vi darà una visione globale dell'evoluzione del servizio. Giorno per giorno sarete così in grado di organizzare il reportage, a seconda di quello che manca, per completare il lavoro.

Per concludere il discorso sull'inchiesta c'è da dire che i fotografi professionisti utilizzano metodi di lavoro diversi a seconda delle loro abitudini: c'è chi parte solo con qualche indirizzo in tasca per i primi contatti e poi svolge tutta l'inchiesta sul campo per calarsi direttamente nell'atmosfera dell'ambiente, e c'è invece chi progetta, decide, fissa gli appuntamenti a tavolino e poi non deve far altro che scattare.

A voi la scelta. Ma ricordate una cosa: un'inchiesta non deve mai considerarsi completamente conclusa, dovete sempre essere pronti ed aperti all'ascolto ed all'interrogazione perché la minima domanda o affermazione possono rilanciare aspetti nuovi e visivamente validi del tema che state portando avanti.

Alla fine del colloquio/sopralluogo fissate un appuntamento per le riprese.

LE RIPRESE

a) Farsi accettare e farsi dimenticare

Generalmente i fotografi principianti rimangono paralizzati dalla paura di disturbare, scattano foto alle persone inquadrando di spalle o quando esse non li vedono, con il risultato di ottenere delle immagini inutili ed inutilizzabili.

Purtroppo per voi l'elemento umano è un'indispensabile presenza nell'immagine di reportage. Senza l'uomo, con i suoi gesti, le sue espressioni, il suo volto, i suoi modi di vestire e le sue differenze, la foto

di reportage sembrerebbe vuota: il giornalismo in generale ed il fotogiornalismo in particolare sono il racconto della storia dell'uomo in tutti i suoi aspetti, vista attraverso particolari avvenimenti, situazioni, personaggi.

Imparare a fotografare le persone dominando la propria paura di disturbare è fondamentale per chi vuole intraprendere questa professione.

È vero che non si fanno foto senza disturbare, ma è anche vero che il 99% dei fotogiornalisti non solo non fa niente di male ma spesso fa qualcosa di utile e necessario: documenta, informa, lavora per il proprio sostentamento.

È ovvio che tutto si basa sulle qualità e sul buon senso dei singoli e quindi gli eccessi e le stupidaggini sono sempre dietro l'angolo, ma questo avviene in ogni settore professionale. L'importante è avere l'accortezza di rispettare sempre cosa e chi si riprende.

Ricordate poi quello che abbiamo già detto: senza una documentazione viva un evento non può definirsi tale. In situazioni drammatiche di bisogno o di emergenza spesso i fotografi si chiedono se sia giusto scattare invece che fermarsi a dare una mano. Ovviamente saranno le diverse situazioni e la vostra etica a trovare una risposta caso per caso, ma ricordatevi che per far intervenire la Croce Rossa (o chi per essa) c'è bisogno di una foto che la esorti chiaramente e senza remore a muoversi.

Arriviamo a dire che in casi estremi è più utile scattare una foto che tendere una mano: senza le immagini di Lewis Hine non sarebbe stata promulgata negli Stati Uniti la legge contro il lavoro minorile, senza le immagini dei fotografi della Farm Security Administration nessuno avrebbe conosciuto le condizioni di vita degli agricoltori delle campagne americane, e l'elenco potrebbe continuare fino ai giorni nostri, prendendo ad esempio in considerazione i lavori di Sebastiao Salgado, Paolo Pellegrin e molti altri.

Dunque, per evitare di rimanere imbambolati senza scattare, dovete farvi accettare nell'ambiente in cui operate e successivamente riuscire a farvi dimenticare, cioè integrarvi nella situazione (entrare a far parte dell'arredamento, come si direbbe in senso figurato).

Per fare ciò generalmente è meglio farsi riconoscere come fotografi professionisti: la reazione delle persone di fronte a chi svolge il proprio mestiere è sempre di disponibilità, pazienza e comprensione.

Sicuramente di grande aiuto per farsi accettare è interessarsi alle persone che si hanno davanti: parlandoci e soprattutto ascoltandole.

Parlare ed ascoltare una persona prima di



fotografarla è importante per voi e per lei, perché:

- Vi consente di tranquillizzarvi e di tranquillizzarla spiegandole cosa state facendo, perché lo state facendo e soprattutto che non state facendo niente di male: così non vi sentirete più timidi ladri di immagini, ma professionisti che hanno lavorato con la collaborazione dei propri soggetti.

- Vi permette di avvicinarvi al soggetto, di ben posizionarvi in rapporto alla luce, di lavorare tranquillamente sull'inquadratura, etc. Tutte cose che non si possono fare quando tentiamo di rubare un'immagine.

- Attenzione: quest'ultimo è un caso possibile, talvolta indispensabile, sicuramente da tenere in considerazione per essere pronti a sfruttarlo. Sappiate però che è molto più difficile, tecnicamente e psicologicamente, realizzare una buona immagine rubandola, piuttosto che agevolare una ripresa costruendola o trovando le situazioni più comode per farla.

- Vi dà l'opportunità per trarre nuovi spunti utili allo svolgimento del vostro lavoro (visto che un'inchiesta non deve mai considerarsi conclusa, come abbiamo già detto): intraprendere una conversazione può essere l'occasione per ottenere nuove informazioni che vi porteranno ad altre situazioni fotografabili.

In linea di massima vedrete che risulta molto più facile e piacevole fare fotografie dopo uno scambio di parole: d'altra parte un fotografo è un operatore della comunicazione e quindi deve essere perfettamente

in grado di relazionarsi con la gente.

Fate comunque in modo che la parola e/o l'ascolto non prendano il sopravvento sul vostro lavoro: parlare ed ascoltare va bene, purché siate sempre in grado di interrompere il tutto a favore delle vostre riprese. Conversare non significa distrarsi e rilassarsi: c'è sempre un momento in cui l'immagine deve prendere il sopravvento sulla parola, sullo sguardo, sull'ascolto.

Il passo successivo da compiere è quello di farsi dimenticare, e per questo dovete essere pronti a passare del tempo sul luogo delle riprese, in modo quasi da mimetizzarvi con l'ambiente: è importante dunque sapersi adattare a tutte le condizioni, dando prova di grande flessibilità e apertura mentale.

Questo non vuol dire diventare dei trasformisti alla Fregoli, ma semplicemente considerare la situazione da affrontare e comportarsi di conseguenza: per cui si eviterà di andare a documentare la visita di un Presidente della Repubblica in jeans e scarpe da ginnastica, ma anche di fare un reportage sui centri sociali in giacca e cravatta.

Anche in questo caso però vale quanto detto prima: è bene farsi dimenticare, ma non a scapito della propria personalità. Non dovete quindi aspettare troppo tempo prima di entrare o rientrare nel vivo di un soggetto, altrimenti correte il rischio di non riuscire più a fare certe foto, di non trovare più interesse nella foto che vi eravate proposti di fare o di perdere un'immagine

perché convinti di poterla scattare più tardi (*errore madornale*: un situazione vista non si ripresenterà mai davanti ai vostri occhi nello stesso modo).

È importante essere sempre concentrati, essere costantemente curiosi, riuscire continuamente a stupirsi.

b) Raccontare una storia

L'abbiamo ormai detto fino alla nausea: un reportage si costruisce quasi come un film dove ogni fotografia corrisponde ad una scena. Ci siamo talmente dilungati su questo argomento con considerazioni ed esercitazioni che ci sembra inutile continuare a farlo, rileggete quanto detto finora e troverete tutto quanto avete bisogno di sapere sull'argomento.

Aggiungiamo solo poche note.

Nell'ambito di un servizio è bene offrire allo spettatore varietà visiva abbinata ad unità stilistica: ciò significa che, all'interno delle scelte operative effettuate per dare uniformità ed omogeneità al reportage, è bene avvicinarsi gradualmente al soggetto offrendo diverse proposte visive di una stessa situazione.

Dovete quindi muovervi continuamente, girare intorno al soggetto, cercare sempre punti di vista diversi, salire, scendere, piegarvi, sdraiarsi per terra, cambiare ottiche, avvicinarvi il più possibile e tutto quanto può servire a darvi lo spunto per trovare l'inquadratura ed il momento giusto in cui scattare.

L'ideale sarebbe, anche se non sempre è possibile, rispettare un equilibrio tra tre



componenti del fotoreportage: azioni, ritratti, paesaggi. Tutti questi elementi dovrebbero far parte di un buon servizio fotografico, cercate sempre di inserirli tutti.

Ricordatevi poi che la riuscita di un servizio dipende dalla vostra capacità di individuare, selezionare e fermare momenti e aspetti emblematici del messaggio che volete inviare: dovete bloccare quegli episodi che quando sarete a casa racconterete ad amici e familiari, perché sono quelli che descrivono perfettamente l'atmosfera del momento, dell'ambiente o della persona che avete fotografato.

Quando arriverete a fotografare tutto quello che desiderate raccontare sarete diventati dei bravi fotografi.

c) La foto di apertura e le foto di contorno

Nella costruzione di un servizio fotografico per una rivista dovete costantemente

pensare alla foto che apre l'articolo.

È quella che determina il senso del soggetto, suscitando la curiosità dello spettatore: nella stragrande maggioranza dei casi l'immagine di apertura è il vero titolo dell'articolo. Molte persone passano a leggere solo dopo e solo se la foto di apertura suscita il loro interesse.

L'immagine di apertura è quella che fa vendere il servizio: per cui deve riuscire a comunicare esattamente l'argomento di cui si sta parlando, di come se ne vuole parlare, deve essere tecnicamente ed esteticamente ineccepibile, se possibile spettacolare e deve chiaramente indicare l'atmosfera che si vuole comunicare a proposito del nostro soggetto.

Lavorare intorno alla foto di apertura è fondamentale per un fotografo; anche dopo averne individuata e realizzata una non dovete fermarvi, potete trovarne di migliori; e se ne trovate molte il vostro sarà un gran-

de servizio. Attorno alla foto di apertura le altre immagini devono rivelare degli aspetti particolari della storia, seguendo una sequenza logica, senza divagazioni. Devono approfondire l'argomento facendo entrare lo spettatore al suo interno. Possono sembrare di minore importanza, e lo sarebbero senza le foto di apertura, ma queste immagini sono quelle che completano la storia, che costruiscono appieno l'atmosfera che vogliamo restituire e che aiutano a vendere il servizio.

d) Gli appunti

Come già accennato, prendere appunti è indispensabile per un fotogiornalista. Nella fase dell'inchiesta abbiamo visto che è fondamentale annotare contatti e impiego del tempo a disposizione.

Ma visto anche che non dovete mai considerare conclusa un'inchiesta e che nuovi soggetti si presenteranno sempre davanti ai vostri occhi: queste notizie dovete con-



tinuare ad annotarle.

Nella fase della ripresa è necessario dunque segnarsi:

* Nuovi contatti (nomi, indirizzi, numero di telefono, fax, loro aggiornamenti).

* Nuova organizzazione del tempo a disposizione se sono intervenuti cambiamenti rispetto ai programmi iniziali.

* Tutte le informazioni utili per la redazione delle didascalie, compresi i nomi delle persone e dei luoghi fotografati (rispettando l'ortografia locale) accompagnati da brevi descrizioni per poterli identificare chiaramente al momento della scelta delle foto. Saranno dettagli preziosi che serviranno anche per la stesura del testo finale di accompagnamento al reportage

* Spese: annotare tutte le spese sostenute e tenere tutti gli scontrini, saranno informazioni utili per stilare una nota spese oltre che per stabilire un compenso.

IL DIRITTO ALL'IMMAGINE DELLE PERSONE

Generalmente chi inizia a fotografare ha il terrore delle reazioni dei soggetti ripresi, come se fotografare fosse un atto quasi illecito per il quale occorrono chissà quali permessi. Con la nuova legge sulla privacy poi il terrore è aumentato tanto da far risultare sospetto chi cammina con una macchina fotografica al collo.

In realtà tutte le leggi sull'argomento (in particolare il Codice Civile, la legge n. 633/41 sul diritto d'autore e la legge n. 675/96 sulla tutela della privacy) non prendono nemmeno in considerazione il momento della ripresa: tutte riguardano la fase in cui si rende o meno pubblica l'immagine di una persona.

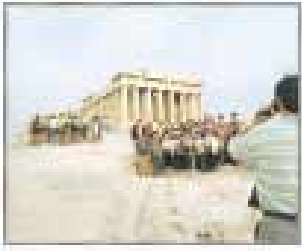
Non è differenza da poco, perché ciò significa che nessun privato può impedire a qualsiasi altro privato la ripresa fotografi-

ca della sua persona e del suo volto. Ripetiamo: la ripresa.

I problemi possono sorgere invece al momento della pubblicazione, al momento cioè in cui le immagini vengono in qualche modo rese pubbliche (giornali, mostre, libri, riviste, ecc.). L'articolo 96 della legge 633/41 sul diritto d'autore (la cui validità è stata esplicitamente confermata anche dalla nuova legge sulla privacy) infatti dice che "il ritratto di una persona non può essere esposto, riprodotto e messo in commercio senza il consenso di questa, salve le disposizioni dell'articolo seguente".

Ricapitolando possiamo dire che **nessuno può impedire la ripresa del proprio volto ma tutti possono impedirne la pubblicazione.**

Ciò significa che generalmente occorre un consenso scritto alla pubblicazione rilasciato dal soggetto ripreso. Ma attenzione: vi sono delle importanti eccezioni ed esat-



SMALL WORLD
MARTIN PARR

*Le fotografie che corredano
l'articolo sono tratte dal
libro "Small World" di
Martin Parr.
Editore Peliti Associati*

MARTIN PARR A ROMA

Il Palazzo delle Esposizioni di Roma, in collaborazione con Contrasto, presenta fino al 3 maggio l'ultimo lavoro di Martin Parr. Si tratta di una ricerca dedicata al "senso comune", indagato nei suoi aspetti più comuni ed anche più mastodontici in tutti i continenti. Parr, fotografo dell'agenzia Magnum Photos, ha realizzato delle opere dai colori intensi e saturi che, proprio grazie a tale caratteristica, sono stati stampati in una serie di fotocopie laser di formato A3. 350 di queste fotocopie saranno presentate a Roma, ed in contemporanea in altre 40 città del mondo. Le altre sedi italiane saranno il British Council di Bologna, Torino e Napoli e la Fondazione Marangoni di Firenze.

In contemporanea, presso il Museo Civico di Riva del Garda, si potrà visitare fino al 30 maggio, la seconda puntata del progetto Sguardigardesani, che prevede la realizzazione, da parte di noti fotografi, di servizi dedicati alla zona del Lago di Garda. Sguardigardesani 2 presenta una trentina di immagini a colori di Martin Parr ed altrettante in bianco e nero scattate da John Davies. I due autori inglesi hanno realizzato i propri lavori nel corso del 1998.



tamente i casi previsti dall'articolo 97 della legge 633/41. In poche parole sono **i casi** in cui questo permesso scritto **non è necessario**. Vediamoli senza citarli per esteso dal testo di legge, ma riassumendoli soltanto:

☐ Se il soggetto ritratto è una persona famosa ripresa nell'ambito della sua notorietà e con finalità giornalistiche: ci si riferisce a personaggi dello spettacolo, della politica, dell'economia, dello sport; il loro volto può essere reso pubblico senza la necessità del loro consenso perché sono persone la cui notorietà costituisce spesso oggetto di informazione e/o di cronaca. Attenzione a due precisazioni. A) La legge, e dopo di essa alcune sentenze della Corte di Cassazione, hanno stabilito che le finalità giornalistiche escludono la pubblicazione del volto di persone famose fatto a fini di lucro (ad esempio per pubblicizzare qualche prodotto: si può pubblicare cioè la foto dell'onorevole TaldeiTali con dei giornali sotto il braccio a corredo di una notizia che lo riguarda, ma non si può pubblicare senza il suo consenso una foto dell'onorevole TaldeiTali con dei giornali sotto il braccio e la didascalia "anche TaldeiTali legge Il Corriere della Sera"). B) La specificazione "nell'ambito della sua notorietà" significa, ad esempio, che si può pubblicare la fotografia di un qualsiasi amministratore delegato di una qualsiasi azienda sul giornalino interno dell'azienda stessa, ma occorrerebbe il consenso della persona in questione per rendere pubblico il suo volto sulle pagine di un quotidiano; se però quello stesso amministratore delegato diventa presidente della Confindustria, automaticamente diviene un personaggio di interesse pubblico e quindi non è più necessario il suo consenso per la divulgazione di fotografie che lo riguardano.

☐ Se il soggetto ritratto viene reso pubblico per fini scientifici, didattici o culturali: non occorre il consenso della persona fotografata per divulgare una sua immagine all'interno di manuali scolastici o di enciclopedie e pubblicazioni mediche. È inoltre interessantissimo sottolineare che tra gli scopi culturali possiamo inserire l'allestimento di una mostra o più in generale la realizzazione di un lavoro con finalità di ricerca artistica personale.

☐ Se il soggetto ritratto viene reso pubblico con finalità di giustizia o di polizia: ricercati, soggetti ritenuti pericolosi, colpevoli di qualche reato, ecc.

☐ Se il soggetto è ritratto all'interno di un fatto pubblico, per interesse o svolgimento, senza essere isolato dal contesto: è un'eccezione importantissima per chi si occupa di fotogiornalismo; perché rende inutile il consenso alla pubblicazione di un soggetto ripreso all'interno o durante lo svolgimento di un evento pubblico (che può essere un concerto, una manifestazione, un raduno,

uno spettacolo, e chi più ne ha più ne metta) purché il suo volto non sia isolato dal contesto in cui si è scattata la fotografia.

Tutti questi casi ci dicono anche che è praticamente inutile il consenso della persona ripresa se la pubblicazione del suo volto avviene per finalità giornalistico/informative, cioè per esercitare il cosiddetto diritto di cronaca, ovviamente entro certi limiti, perché occorre fare molta attenzione ad un'importante comma della legge 633/41 che dice: "è in ogni caso vietata la pubblicazione di un'immagine lesiva della reputazione o anche solo della dignità della persona ritratta". Questo vuol dire che ognuna delle eccezioni prese in esame adesso, compreso il diritto di cronaca, decade se l'immagine considerata è lesiva della reputazione o della dignità del soggetto ripreso. Non solo ma la nuova legge sulla tutela della privacy, e questo è l'unico caso in cui essa interviene con un elemento di novità rispetto alla normativa già esistente, dice espressamente che occorre un'autorizzazione alla pubblicazione se la foto dà informazioni sullo stato di salute o sulla vita sessuale del soggetto.

E con questo possiamo ad esaminare i pochissimi divieti.

È vietato fotografare:

- 1) Ciò che può essere considerato obbiettivo militare e/o di atti terroristici (stazioni, aeroporti, porti, stabilimenti industriali, mezzi pubblici, ecc.).
- 2) Materiale bellico e/o proprietà di Esercito, Marina, Aeronautica, ecc. (comprese le caserme).

RIASSUMENDO E CONCLUDENDO

a) Non esistono divieti che impediscono ad un privato di riprendere un altro privato: quello che ci preme dire è che non dovete lasciarvi intimorire da coloro che vi impediscono di fotografare fino addirittura a minacciarvi o a pretendere i vostri rullini, sono atteggiamenti violenti assolutamente fuori luogo e fuorilegge.

b) Esistono divieti alla pubblicazione dell'immagine di una persona: dovrebbe cioè essere sempre necessario un consenso scritto della persona ritratta, ma abbiamo visto che le importanti eccezioni a questa regola generale fanno praticamente sì che il consenso scritto diventi un caso particolare.

Attenzione comunque a non ledere la reputazione e la dignità della persona ripresa e a non infrangere i pochi divieti esistenti.

c) È comunque sufficiente avere il buon senso e la buona educazione di rispettare il soggetto che si riprende comportandosi sempre con estrema correttezza e cortesia: questo ci sembra l'unico metro di misura per far sì che le cose vengano fatte senza dover temere la legge o le reazioni dei vostri soggetti.

Leonardo Brogioni

In questo mese prendiamo in considerazione il fotografo inglese Martin Parr, ed esattamente il suo libro sui turisti, e sul turismo in genere, intitolato "Small World". Cerchiamo di analizzare il suo lavoro prendendo in considerazione gli elementi che più ci interessano. Lo faremo forse in maniera schematica ed incompleta a causa di esigenze didattiche, per questo raccomandiamo poi una visione più approfondita delle sue immagini.

1- Il messaggio.

Quello che l'autore ci dice con queste immagini è chiarissimo. Lo possiamo leggere anche sulle note di copertina del libro, che di seguito riportiamo: "... Small World descrive il fenomeno di una cultura globale sempre più omogenea, alimentata dalle esigenze di mercato e dalla facilità di trasporti e comunicazioni, e ne mette a fuoco l'aspetto paradossale: l'esaltazione di identità culturali diverse ed il loro contemporaneo annullamento. L'attualissima indagine di Parr esamina i vari aspetti del turismo internazionale: dal sovraffollamento dei paradisi delle vacanze ... agli inevitabili contrasti che si producono non appena un paese in via di sviluppo diviene meta del turismo di massa."

La critica del turismo di massa dunque è solo un pretesto per parlare di quelle che per l'autore sono le contraddizioni di questa società. È ovvio che la decisione di affrontare in un certo modo un determinato argomento deriva dalle sue opinioni generali, dalla sua visione del mondo, dalla sua educazione, dalla sua formazione, dalla sua cultura. Tutti elementi che lo hanno portato a scegliere un tema piuttosto che un altro, da affrontare in un modo piuttosto che in un altro.



2- La progettazione del servizio (prime decisioni operative).

Il fotografo ha fatto delle scelte precise, consapevoli ed assolutamente soggettive: fondamentalmente quelle di affrontare il tema con sarcasmo ed ironia. Ecco dunque che per quanto riguarda gli aspetti più concreti dobbiamo pensare che vi siano state decisioni preventive riguardanti luoghi da visitare, viaggi da fare, biglietti, prenotazioni, richiesta di permessi, ecc. ecc.

Per ciò che concerne il linguaggio fotografico possiamo notare che sono stati scelti modi operativi molto precisi tesi a sottolineare certe persone all'interno di certi ambienti: ad esempio l'uso del flash abbinato alla luce ambiente, l'uso del colore, l'uso del medio formato, la ricerca di situazioni ideali per riuscire a scattare la foto giusta.

3- La realizzazione del servizio (altre decisioni operative).

Individuati i luoghi dove cercare l'immagine corrispondente al messaggio da inviare, l'autore ha dovuto trovare i momenti emblematici da cogliere e l'inquadratura da realizzare. In una frazione di secondo ha cioè pensato a:

- selezionare la porzione di spazio da farci vedere e quella da escludere
- scegliere il punto di vista
- dare o meno una sensazione di dinamicità
- dare o meno una struttura irregolare
- scegliere come inserire i soggetti nell'ambiente e che importanza dare allo sfondo

- esporre correttamente compensando la luce ambiente con quella flash.

La sua velocità e la sua efficacia risultano sorprendenti. In certe occasioni sembra che il fotografo sia stato irrispettoso nei confronti dei soggetti ripresi, ma in realtà, davanti alla contraddizione di certe situazioni, ha preferito farci riflettere su momenti per lui tragicomici piuttosto che rinunciare ad esprimere la sua opinione (pur avendo tematiche diverse, il discorso è quello che abbiamo fatto in precedenza riguardo all'utilità della fotografia).

4- Verifichiamo quanto appena detto tramite l'analisi di questa foto

Descrizione: la foto rappresenta un ombrello portatile chiuso tenuto in alto da una mano, nel centro di piazza San Marco a Venezia (riconoscibile dai palazzi sullo sfondo) in una giornata di bel tempo.

Cosa vuole dire la foto: qui l'analisi si fa molto soggettiva. Proveremo a proporre delle riflessioni. Ovviamente la foto ha un senso solo se vista insieme alle altre appartenenti allo stesso lavoro. In quest'ottica assume un valore particolare perché l'oggetto fotografato diventa il simbolo del turismo organizzato e confezionato: è l'ombrellino con cui la guida attira l'attenzione degli appartenenti al suo gruppo, il rassicurante faro da seguire nell'oceano del turismo. Come vedete un'immagine semplicissima ed essenziale con la quale l'autore è riuscito a far capire a tutti il valore metaforico di ciò che in realtà è un banalissimo oggetto di uso quotidiano: quello che

A destra foto di William Klein, tratta dal libro "Close Up", edito da Thames and Hudson.

vediamo non è semplicemente un ombrello ma è l'emblema di un certo tipo di turismo e quindi di una certa mentalità.

Luce: come in tutte le foto di Martin Parr la luce del flash viene utilizzata sempre, abbinata e regolata con la luce ambiente (in questo caso la luce diretta del sole). Una scelta che contribuisce a creare l'atmosfera surreale sicuramente voluta dal fotografo: uno degli elementi che caratterizzano il suo stile.

Tonalità: le immagini sono tutte abbastanza contrastate, questa compresa, con colori molto saturi: il che ha sicuramente richiesto uno studio ed un'attenzione particolare al materiale sensibile, al tipo di sviluppo ed alla qualità della stampa.

Punto di vista: in questo caso è un elemento fondamentale, è infatti dal basso, come quello del turista alla ricerca del segno di riconoscimento del capogruppo, anzi ci dà la sensazione di essere noi spettatori i componenti di quel gruppo.

Piani: la foto vive grazie all'importanza dei due componenti dello sfondo (che il fotografo ha scelto di tenere sfuocati per far meglio risaltare il soggetto principale): gli elementi architettonici che ci rivelano dove siamo (in uno dei luoghi turisticamente più frequentati della terra) ed il cielo sereno (in palese contrasto con l'ombrello e che quindi ci rivela il vero utilizzo di quest'ultimo in quell'occasione).

Soggetti: la mano con l'ombrello formano un unico soggetto principale (che ricorda tanto uno dei personaggi della Famiglia Adams).

Struttura: l'immagine è molto regolare, quasi simmetrica, al contrario di quasi tutte le altre foto di Martin Parr.

Dinamicità/staticità: l'attimo bloccato dal colpo di flash, il gesto fermo e la struttura regolare dell'immagine danno una sensazione di staticità.

Ancora una volta vogliamo ricordare che queste sono soltanto proposte di riflessione su un'immagine: non pretendono di illuminarvi o rivelarvi chissà cosa, ma soltanto vorrebbero costringervi ad analizzare un'immagine in maniera meno superficiale di quanto abbiate fatto finora, dandovi dei suggerimenti per farlo in modo personale ed attento.

È per questo che adesso proponiamo una piccola esercitazione.



© Martin Parr

Esercitazione

Guardate queste due immagini, quella a sinistra è di William Klein ed è stata scattata davanti alla grotta di Lourdes, quella a destra è di Martin Parr ed appartiene al lavoro preso in considerazione in questo articolo.

Analizzate e confrontate le due fotografie seguendo il metodo proposto in questa serie di articoli. Prendete in considerazione i vari elementi del linguaggio fotografico utilizzati dagli autori e cercate di capire quali siano le differenze e quali le similitudini tra le due immagini.

Fare questo esercizio da soli, senza il nostro aiuto vi sarà utile per abituarvi a guardare una fotografia con occhio più attento e per vedere come un autore ha utilizzato il linguaggio fotografico al fine di inviare il suo messaggio.

Non avrete soluzioni da parte nostra, l'esercizio serve anche per farvi capire che l'importante è quello che un'immagine dice a voi e soltanto a voi: non esistono risposte esatte e risposte sbagliate, quelle che contano sono soltanto le vostre sensazioni di spettatori e la vostra curiosità.

Dovete imparare a capire cosa vi colpisce in una fotografia, perché vi ha colpito e come l'autore ha fatto per suscitare il vostro interesse.

Tutti questi sforzi verranno ricompensati in futuro quando, al momento opportuno (quello dello scatto), i ragionamenti fatti vi torneranno in mente fornendo delle soluzioni ai vostri problemi di costruzione di un'immagine.