

Ma il fotogiornalismo ha ancora futuro

■ Giulia Tornari

Dopo i grandi cambiamenti di inizio secolo, con la crisi della carta stampata e l'avvento del digitale, il mestiere del fotoreporter è mutato, però riveste un ruolo essenziale nel documentare i grandi e piccoli eventi mondiali. Occorre sempre più professionalità.

Si definisce fotografia giornalistica, in gergo “fotogiornalismo”, una fotografia che fino agli anni Novanta-inizi 2000 ha avuto un ampio successo e una grande capacità di documentare gli accadimenti storico-giornalistici nel mondo, con il coinvolgimento di molti fotografi autori che viaggiavano e raccontavano i fatti che si verificavano in diverse aree geografiche. Si trattava di fatti anche importanti, perché se pensiamo, ad esempio, alla guerra del Vietnam, se non ci fossero state le fotografie a documentarla, probabilmente non ci sarebbero state le sollevazioni nelle università americane e quindi la crescita, da parte dell’opinione pubblica, della consapevolezza di quanto stava succedendo. Questa fotografia ha avuto una grande tradizione, come la documentazione della seconda guerra mondiale e dei fatti dopo il ’45, con un’implementazione sempre maggiore e un incremento sia di testate giornalistiche sia di fotografi fino alla fine degli anni Novanta. Nel 2000, però, assistiamo alla grande crisi dei giornali che porta al crollo delle testate giornalistiche – i media mainstream – con l’avvento della televisione (come Cnn). Le grosse televisioni coprono a livello mondiale i grandi eventi, raggiungendone tempestivamente i luoghi con una copertura globalizzata e offrendo poi una grande capacità di documentazione e di racconto. È

Giulia Tornari è direttrice dell’Agenzia Contrasto (www.contrasto.it), una realtà unica nel mondo dell’immagine che dal 1986 costituisce un punto di riferimento per la fotografia di qualità. Nel 2011 ha fondato Zona, associazione che sviluppa progetti documentari dedicati ai nuovi linguaggi della fotografia, del video, del giornalismo (www.zona.org).

il periodo dei famosi inviati come Christiane Amanpour, che diventa la corrispondente inviata nella zona del Golfo, forse la giornalista più importante che ha incarnato l'esempio del giornalismo televisivo di guerra. Ciò porta alla prima decadenza dei giornali.

La seconda decadenza avviene con il digitale: il passaggio dai giornali cartacei ai giornali digitali, una grande richiesta di contenuti, la frammentazione dell'informazione e l'ulteriore decadimento con i social, sono le tre grandi evoluzioni che hanno portato i media cartacei a rincorrere altri media e anche a doversi resettare continuamente, cercando di trovare un ruolo centrale nella loro presenza di produzione di contenuti.

I fotografi che per molti anni sono stati sostenuti dal mondo editoriale hanno cominciato a veder diminuire sia il fronte di produzione di contenuti sia i compensi. Questo ha tagliato moltissima produzione; prima il mercato funzionava diversamente: le grandi testate internazionali, pur di non veder pubblicate sulle testate concorrenti le fotografie di un fotografo autore, cercavano di accaparrarsi tutto il materiale, blindando i fotografi più importanti su un determinato evento. Parliamo di un evento vicino a noi: il G8 di Genova del 2001. Noi avevamo sei fotografi in *assignment* solo per «Stern Magazine», un giornale molto importante che si occupa di news e di giornalismo tedesco. Se oggi avvenisse il G8, nella stessa situazione, nessun giornale darebbe più degli *assignment*, ma probabilmente cercherebbe di coprire lo stesso evento con un fotografo, magari in *assignment*, e con fotografie prodotte dalle agenzie di stampa. Questo perché non c'è più quella attenzione verso la qualità, verso l'esclusività, verso l'unicità nell'offrire ai propri lettori qualità e approfondimento fotografico. I lettori dei giornali cartacei, innanzitutto, oggi sono molti meno. Inoltre, il digitale non richiede la stessa qualità del giornale fisico: spesso richiede una notiziabilità molto forte, bisogna essere i primi a dare lo scoop, che si costruisce su materiali video o audio prodotti non da professionisti, ma da normali cittadini. Questo cambiamento è avvenuto in un tempo molto breve, parliamo circa di trent'anni. Sono cambiati completamente il modo di produrre il linguaggio fotografico e le necessità dei media. L'avvento del digitale implica che, se prima un professionista doveva avere alte capacità tecniche di gestione delle macchine fotografiche, oggi, grazie al digitale, può vedere immediatamente quello che scatta ed è in grado di inviarlo in maniera contestua-

le al proprio agente o al proprio giornale di riferimento. Per prima si è modificata quindi la parte tecnica ed è aumentata la possibilità per molti di scattare fotografie. Pensiamo ai telefoni cellulari a cui viene costantemente aggiornata la capacità di tecnica digitale di scatto. Oggi mediamente abbiamo una crescita nel numero di fotografi che possono garantire, con il digitale, una buona qualità di materiale. Ciò ha fatto sì che il materiale prodotto sia molto maggiore rispetto al passato, quindi le agenzie di stampa possono fornire una gran quantità di materiale a costi bassi ai media che vogliono rappresentare un determinato evento.

Da un lato abbiamo il digitale, dall'altro abbiamo il bisogno costante di aggiornamento dei media digitali. Non sono tanto necessari la qualità e l'approfondimento, ma bensì la capacità di immettere notizia su notizia, cioè di offrire un aggiornamento costante di quello che accade. Anche ciò avviene attraverso le grosse agenzie di stampa che forniscono continuamente materiale aggiornato. Queste ultime, grazie all'avvento del digitale, possono usufruire di freelance locali a cui danno i mezzi e la possibilità di caricare le immagini direttamente sul sito, e quindi di avvantaggiarsi e di avere un ampio parco di fotografi a disposizione che possono immettere fotografie.

Io tendo a lavorare sempre con fotografi autori che cercano di approfondire delle tematiche. Come si fa a continuare a svolgere questo mestiere? Con una qualità fotografica superiore: i fotografi con cui generalmente lavoro sono dei professionisti che studiano fotografia; in futuro sarà sempre più fondamentale studiare fotografia e non semplicemente prendere una macchina digitale e andare a scattare delle foto; ci sarà la necessità di avere fotografi molto preparati sia tecnicamente sia rispetto alle varie tematiche. I professionisti torneranno alle tecniche usate anche in passato; per esempio, oggi molti cercano di tornare al negativo, al diapositivo, al medio formato o addirittura al banco ottico che può essere sia digitale sia negativo.

Rispetto alle tematiche, i fotografi avvieranno collaborazioni con i giornalisti, lavorando in tandem in modo da costruire dei pacchetti più complessi, magari inserendo foto, testo e video; i fotografi autori di solito lavorano su microvideo che possono essere inseriti in *long form* che vengono presentati dai quotidiani e che hanno l'effetto di portare il lettore dentro a una data realtà: un esempio sono quelli prodotti dal «New York Times».

Questo maggiore approfondimento delle tematiche genera anche la possibilità da parte del fotografo di poter partecipare a dei *grant*; negli ultimi anni, infatti, sono nati in ambito fotografico moltissimi *grant* fotografici a livello internazionale, si sono moltiplicate le possibilità di allestire mostre, di partecipare a premi, spesso in denaro, che consentono al fotografo di avere un introito per continuare la sua progettualità. Se prima il fotografo, grazie alla pubblicazione delle sue foto o all'essere in *assignment* per alcune testate, aveva la possibilità di costruire la sua professionalità, oggi deve tenere presenti tre soggetti con cui dialogare, che sono: il soggetto giornale, che rimane sempre comunque una vetrina di visibilità; il soggetto agenzia, che si sta rafforzando moltissimo negli archivi (questi consentono di stare dentro a contenitori di dieci, quindici, venti milioni di fotografie, in cui i giornali entrano e possono avere un accesso globalizzato ai contenuti; noi attualmente siamo distribuiti in 118 Paesi e questo significa che chi collabora con noi mettendo le sue foto dentro il nostro archivio dà la possibilità a tutti coloro che ne fanno parte di fruirne); e infine il soggetto culturale, e quindi la possibilità per il fotografo, come già accennato, di partecipare a premi, a *grant*, con una finalizzazione di allestire mostre sul proprio progetto o realizzare libri. Questa divulgazione può essere costruita anche in collaborazione con altri partner: con Ong, con istituzioni, o con partner privati che hanno interesse a prendere il progetto del fotografo e a farlo diventare un'operazione più culturale, di divulgazione. Questo sarà il futuro della fotografia giornalistica.