DOPPIOZERO

La fotografia: una questione molto personale

Veronica Vituzzi

19 Dicembre 2016

Circa il 99% degli testi critici, dei saggi e delle recensioni sono declinati alla terza persona singolare, o al massimo, a una prima persona plurale tesa a spogliare l'articolo di individualismo. È una buona norma, che ci ricorda come ogni speculazione intellettuale debba volgersi al piano più generale e obiettivo delle idee. Ora che mi accingo a scrivere dello status della fotografia al giorno d'oggi debbo però necessariamente parlare in prima persona, proprio perché oramai la fotografia è diventata una questione molto *personale*. Quando rifletto sul senso dell'immagine nella contemporaneità non cerco ispirazione nelle opere dei grandi artisti, o nelle mostre più visitate del momento: guardo quello che faccio io stessa col mio cellulare. Guardo la gente per strada. Guardo le immagini che appaiono sulla mia bacheca su Facebook. Controllo Instagram. L'evidenza della loro mediamente bassa qualità visiva non ha alcuna reale importanza: sento che per capire cosa sta succedendo alla fotografia devo uscire dai musei ed entrare nei social network. Che cosa è successo?



Humans of New York.

Durante le puntate di *Master of Photography,* il reality sulla fotografia creato e prodotto da SkyArte, emergeva con singolare regolarità da parte dei partecipanti una reazione comune alle critiche dei giudici sulle immagini prodotti: il rifiuto, spiegato con la semplice affermazione “io la vedo così”. Una risposta forse puerile, ma anche incontrastabile. Da sempre l'arte si confronta con l'aporia del proprio valore, essendo un prodotto molto umano e poco scientifico. Nei secoli si è cercato, di volta in volta, categorie di giudizio diverse per definire la validità di un'opera artistica: dalla bravura tecnica all'aderenza a uno specifico canone estetico, dal favore del pubblico alla capacità di sconvolgere gli spettatori, fino al dono di saper far pensare in modo diverso – facoltà, quest'ultima, che implica spesso la necessità di spiegare cosa in effetti l'opera voglia dire. Sono, tutte queste, categorie forti ma anche fragili, ridiscusse, distrutte o riciclate nel passaggio da un periodo storico all'altro, e tuttavia pur sempre utilizzate entro quello che fino ad oggi era il contesto ben specifico del mondo dell'arte.

La possibilità di comprare a basso costo macchine fotografiche, e alla fine farne anche a meno a favore dei cellulari di ultima uscita, unita alla diffusione di Internet, ha cambiato tutto radicalmente. A confronto, il più sentito sforzo da parte di tutta una serie di esperienze dell'arte contemporanea per far uscire le opere dai piedistalli e dalle vetrine dei musei e delle gallerie, è riuscito a

realizzare solo una minima parte di quello che hanno fatto smartphone e social network. Il pubblico che guarda le fotografie è un pubblico fatto esso stesso di fotografi. Se la fotografia è il mezzo d'espressione più usato è solo in virtù della sua estrema semplicità: con poco sforzo, rispetto a quello che ci vorrebbe per imparare a disegnare, dipingere o scolpire, è possibile scattare una fotografia la cui resa vada da decente a splendida, a seconda dei commenti online. Pertanto la netta divisione fra fotografi professionisti e amatoriali, come quella fra critici e pubblico, va rapidamente sfumandosi in un'indistinta moltitudine. Dentro questo caos ogni individuo possiede, come i partecipanti di *Master of Photography*, la propria “visione” e attribuisce alle proprie immagini un valore che nessun giudice può confutare per il semplice fatto che adesso chiunque può contemporaneamente agire come fotografo, spettatore e critico.

Questo fenomeno è amplificato dall'assunzione dell'immagine come vitale mezzo espressivo, benché la parola parlata e scritta, pur sgrammaticata e spesso livida, mantenga anche nei social network la sua predominanza. In un certo senso la fotografia è tornata al suo stato primigenio di mera riproduzione tecnica della realtà, utilizzata per documentare, testimoniare mille piccoli eventi quotidiani. La memoria collettiva che una volta condivideva la comune esperienza delle grandi immagini epocali si è ora parcellizzata in un numero infinito di ricordi personali dal valore minimale, dal piatto mangiato al ristorante cinese all'uscita di gruppo con gli amici. In questa costante comunicazione visiva la fotografia diventa “arte” nella misura in cui chi, conoscendo le regole grammaticali di una lingua, le usa correttamente, producendo “belle” immagini come belle frasi inconfutabili dal punto di vista tecnico. Qualunque persona, con una macchina fotografica o un cellulare decente, può, a furia di scattare foto, produrre almeno una bella immagine, il cui valore sarà quantificato sul piano dei like e dei commenti online. I fotografi professionali protestano, insorgono, rivendicano le proprie competenze tecniche e la propria affidabilità, ma anche le loro immagini oramai si perdono nel grande minestrone visivo.



Humans of New York.

Difatti se la nostra epoca straripa di immagini, anche la sottocategoria delle belle immagini è oggi piuttosto voluminosa e continuamente arricchita dagli sforzi di milioni di fotografi di ogni tipo ed esperienze. Se però nessun giudizio e nessuna chiave di lettura possono operare un valido atto di selezione, cosa ci rimane per decidere quale emerge in mezzo a milioni di immagini ugualmente “belle”? A quanto pare solo il punctum barthesiano, ovvero quella presenza inspiegabile presente in una e una sola immagine, che ci attira e ci lega ad essa a prescindere dalla sua origine, dal fotografo, dalla sua tecnica; quel senso, talvolta disturbante, altre trascinante, che ci spinge verso una fotografia e ci impedisce di distogliere rapidamente lo sguardo. In altre parole un moto misto di inconscio ed istinto.

Se l'emotività prevale su tutto il resto, allora la fotografia, per sopravvivere e farsi vedere, dovrà necessariamente orientarsi verso la produzione di quel “qualcosa” vincente, cercando di intercettare i bisogni più inconsci del pubblico. È difficile prevedere come questo possa realizzarsi nel concreto, ma basta pensare al grande tumulto per la diffusione della fotografia che ritraeva il cadavere del piccolo Alyn sulla spiaggia, alla facilità con cui ancora oggi le grandi “Pietà”

vincono i grandi premi fotografici, che bisognerà puntare sulle emozioni basilari – dolore, disgusto, paura, gioia, desiderio – senza dimenticare il fattore più importante: la capacità dell'immagine, oltre la propria natura visiva, di farsi racconto verbale.

Si è detto sopra che quasi ogni individuo oggi è spettatore e fotografo insieme. Per quanto l'esperienza fotografica sia diventata personale la società odierna è stabilmente fondata sull'esistenza di una sfera pubblica, ora spostata su un piano virtuale. In altri termini, Internet si fonda sul concetto di autorialità del pubblico. Se con l'avvento dei social network gli utenti sono diventati attori di se stessi e spettatori degli altri, l'espressione di ogni pensiero ed evento diviene una forma di condivisione: Facebook, Instagram, Twitter e altre piattaforme online rappresentano una collettiva esperienza frammentaria. Miriadi di scatti privati e, in minor numero, alcune immagini condivise da una grande quantità di persone. Perché le condividiamo?

Su Facebook esiste una pagina molto seguita, *Le Fotografie che hanno fatto la storia*, che propone immagini storiche a volte famosissime, altre sconosciute ma legate a eventi e personaggi del passato. Il grande apprezzamento dei lettori non va però solo alle immagini proposte, ma al lavoro didascalico che accompagna ogni fotografia, raccontandone retroscena e protagonisti. Un'altra famosa pagina di Facebook, *Humans of New York*, si muove nella direzione opposta e ricerca il racconto privato, intervistando e fotografando gli abitanti della Grande Mela: sono testimonianze dirette minime ma molto intense e sincere. Ciò che accomuna due progetti così differenti è l'importanza della didascalia, ovvero la creazione di una storia. Ed è proprio questo *senso della storia*, questo parlare di ciò che c'è nelle fotografia, che evade dalla personale esperienza per emergere sul piano collettivo: che forse è l'unica comune chiave di selezione dell'immagine ancora condivisa da tutti. Le immagini che riescono a sopravvivere al rapido consumo dei social network sono quelle di cui semplicemente *si parla di più*. La discussione prevale sull'esperienza visiva perché questo modo di guardare sottintende al comunicare che si è guardato qualcosa e cosa si pensa al riguardo.

Forse queste *immagini-racconto* sono e saranno gli scatti che rimarranno davvero oltre i miliardi di selfie e di fotografie molto belle o molto mediocri presenti su Internet: immagini che esulano dalla tecnica, dal formalismo e anche

dall'ispirazione artistica. Rimane una sfida all'arte visiva: adeguarsi alle nuove esigenze comunicative senza snaturare il proprio essere immagine, ovvero qualcosa da guardare *davvero*.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

