

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI TRIESTE

CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE
A.A. 2002-2003**TESI DI LAUREA****LA RETORICA DELLA FOTOGRAFIA GIORNALISTICA TRA ALLEGORIA, SIMBOLO,
MITO. IRAQ 2003 NELLE FOTO DI EL PAIS, CORRIERE DELLA SERA E LE MONDE**RELATORE
*Prof. Luciano De Giusti*CORRELATORE
*Prof. Roberto Morelli*CANDIDATO
Marta Pasuch

Indice.

Introduzione	1
Capitolo 1: L'immagine	4
1. La natura multiforme dell'immagine	4
1.1. Variazioni semantiche	5
1.2. Tipologia delle immagini	6
1.3. Approcci metodologici	7
1.3.1. Approccio iconografico	8
1.3.2. Approccio semiologico	8
1.3.3. Approccio filosofico	10
2. Potenza delle immagini	12
2.1. Platone	12
2.1.1. L'immagine come fonte di conoscenza	13
2.2. Iconofili e iconoclasti	14
2.3. La laicizzazione dell'immagine	18
2.4. L'immagine tecnica	20
2.4.1. L'immagine proliferante	21
Capitolo 2: L'immagine fotografica	24
1. Storia e sociologia dell'immagine fotografica	24
1.1. Forme di comunicazione e struttura sociale	25
1.1.1. Ortoleva e Schwarz: due approcci globali	26
1.2. Cenni storici	27
2. La questione del realismo dell'immagine fotografica	32
2.1. La foto come specchio del reale	33

2.1.1. La fine dell'arte	34
2.1.2. Benjamin e la distruzione dell'aura	35
2.1.3. La liberazione dell'arte per mezzo della fotografia	37
2.2. La fotografia come trasformazione del reale	39
2.2.1. Teorie dell'immagine e psicologia della percezione	40
2.2.2. Le analisi ideologiche dell'immagine fotografica	40
2.3. La fotografia come traccia di un reale	41
2.3.1. Bazin e Barthes, due teorie a metà tra icona e indice	41
2.3.2. Dubois e la pragmatica dell'immagine fotografica	44

3. Usi sociali della fotografia	46
3.1. La nostalgia, la morte e l'esperienza della temporalità	46
3.1.1. La fotografia come strumento di elaborazione del lutto	47
3.2. Il ritualismo fotografico	48
3.3. La fotografia come esperienza di sé	49

Capitolo 3: La rappresentazione visiva delle notizie: il fotogiornalismo 51

1. Le origini del racconto per immagini in ambito giornalistico	51
1.1. Fotomenzogna e fotopropaganda	52
1.1.1. La fotografia sociale	54
1.2. Tra le due guerre: l'età d'oro del fotogiornalismo	58
1.2.1. Le cause del successo del fotogiornalismo	58
1.2.2. I newsmagazine americani	60
1.2.3. Il fotoreporter e le agenzie fotografiche	61
1.3. Verso giornali sempre più visivi: la grafica dei quotidiani	62
1.3.1. Origini e sviluppi della grafica	63
1.3.2. La grafica come comunicazione	65
1.3.3. Visualizzazione della notizia e agenda-setting	67
2. La fotografia come fondamentale elemento visivo dei quotidiani	68
2.1. Oltre la lettura ingenua dell'immagine fotografica	70
2.1.1. La fotografia come atto comunicativo	71
2.1.2. La fotografia come segno	74
2.1.2.1. I segni iconici	75
2.1.2.2. I segni plastici	76
2.1.2.3. I segni linguistici	81
2.1.2.4. La foto impaginata	83
2.2. La fotografia come mezzo di conoscenza della realtà	85
2.2.1. Il sapere laterale	86
2.2.2. Il perturbante	87
3. Per una retorica della fotografia giornalistica	88
3.1. La fotografia stereotipata	90
3.1.1. Il fotografabile	92
3.1.2. Dove sono finiti i fotoreporter?	94
3.1.3. Le foto di marca	96
3.2. Allegoria, simbolo, mito	101
3.2.1. L'allegoria	108
3.2.2. Il simbolo	108
3.2.3. Il mito	115

3.2.4. Verso la ri-mitologizzazione del mondo	121
3.3. Fotografia, storia, memoria	123
3.3.1. La specificità della memoria veicolata dalle immagini fotografiche	124
4. Nella pratica del lavoro redazionale	127
4.1. La scelta della fotografia	127
4.2. Per un'etica dell'immagine fotografica	133
4.2.1. I professionisti dell'immagine	133
Capitolo 4: Iraq 2003 nelle foto pubblicate da El País, il Corriere della Sera, Le Monde 136	
1. Criteri di analisi	136
1.1. La scelta dei quotidiani	136
1.2. Perché la guerra	138
1.3. La scelta delle foto da esaminare	139
2. La copertura fotografica della guerra	140
2.1. 23 e 24 marzo	141
2.2. 26 marzo	147
2.3. 27 marzo	152
2.4. 30 e 31 marzo	157
2.5. 1 aprile	166
2.6. 2 aprile	172
2.7. 3 aprile	177
2.8. 10 aprile	181
3. Abbiamo veramente visto la guerra?	189
3.1. "La guerra della disinformazione è iniziata"	190
3.2. Le condizioni di lavoro dei fotoreporter	192
3.3. Vedere è sapere?	195
4. Raccontare con le immagini	197
4.1. Una classificazione delle immagini fotografiche per generi	198
4.1.1. Il genere narrativo	198
4.1.2. Il genere drammatico	201
4.1.3. Drammatizzazione e spettacolarizzazione	205
4.1.4. Il genere oratorio	210
4.1.5. Il genere epico	212
4.1.6. Il genere lirico	215
4.2. La guerra stereotipata	217
4.3. La guerra è bella?	226
4.3.1. Il kitsch	229
5. Corsi e ricorsi	231
5.1. La memoria di un quotidiano	235
5.1.1. La memoria funzionale	237
5.1.2. I rischi del ricordare	239
Conclusioni	240
Appendice	243
1. Le style du Monde	243

2. La dichiarazione di intenti di Le Monde nell'uso delle fotografie	252
3. La Carta del Corriere della Sera	255
4. La Carta dei doveri del giornalista	267
5. La Carta di Treviso	272
6. La redazione grafica del Corriere della Sera	276
7. Il Libro de estilo	287
8. Documento dei giornalisti embedded	288
Bibliografia	290
Indice	298

Introduzione.

Lo scopo del presente lavoro è di proporre una possibile chiave interpretativa dei percorsi comunicativi che si realizzano tra le foto giornalistiche pubblicate dai quotidiani, coloro che decidono di pubblicarle e coloro che le guardano, in quanto lettori di quei quotidiani.

Osservando alcuni quotidiani, italiani e europei, ho notato che, rispetto ad alcuni anni addietro, essi si concentrano molto di più sulla comunicazione visiva delle notizie, sfruttando gli strumenti grafici a loro disposizione. Se, dunque, anche i quotidiani appartengono all'insieme dei cosiddetti manufatti comunicativi, possiamo affermare che la comunicazione cui danno vita, da alcuni decenni a questa parte, è in buona parte una comunicazione visiva. Per raggiungere questi risultati i quotidiani sono ricorsi alle immagini fotografiche: oggi, in quasi tutte le pagine di cui è composto un quotidiano, troviamo pubblicata almeno una fotografia.

Fin dalla sua invenzione, la fotografia è stata considerata come un modo oggettivo di riprodurre la realtà circostante e, anche per questo motivo, il giornalismo, i cui obiettivi siano l'obiettività e la verità, ha largamente utilizzato questo tipo di immagini come prova che i fatti riportati erano realmente accaduti. Attualmente, di fronte ai meccanismi sempre più complessi della comunicazione, occorrerebbe riflettere più approfonditamente sulla natura e la specificità dell'immagine fotografica.

Le modalità con cui un quotidiano sceglie le foto da pubblicare e poi le impagina assieme agli articoli e agli altri elementi grafici, hanno, infatti, un'importanza decisiva e veicolano una quantità di informazioni superiore (e qualitativamente differente) rispetto ai testi scritti. Dalla lettura dei più importanti quotidiani italiani ed europei, emerge che sono a tutt'ora pochi quelli che hanno cercato di approfondire la questione dell'uso delle fotografie e, soprattutto, fanno in modo che le loro scelte in ambito iconografico siano rappresentative dello stile della loro testata.

In Italia il ruolo della fotografia occupa ancora un posto subalterno rispetto all'informazione scritta per ragioni storiche e culturali, tra cui la censura imposta dal regime fascista, proprio negli anni in cui nel resto del mondo il fotogiornalismo si stava sviluppando.

Si stanno tuttavia registrando delle inversioni di tendenza grazie alla nascita, negli ultimi anni, di alcune associazioni: *Fotografia&Informazione*, che raggruppa formata da giornalisti e fotografi, *GRIN*, gruppo formato dai photo editor italiani, *GSGIV*, gruppo di specializzazione dei giornalisti dell'informazione visiva.

Tra i quotidiani italiani si è scelto di analizzare *Il Corriere della Sera*, il quale, a differenza di *la Repubblica*, l'altro quotidiano più diffuso in Italia, ha dimostrato maggiore attenzione nell'uso della fotografia, mentre tra i quotidiani europei sono stati presi in considerazione *Le Monde* e *El País*, che tra i primi hanno aperto un dialogo con i propri lettori per spiegare loro le modalità con cui usano le fotografie.

Le problematiche emerse da queste prime osservazioni empiriche sono molteplici e possono riassumersi in una serie di domande, innanzitutto: perché, ad un certo punto, si cominciò a pubblicare le immagini fotografiche sui quotidiani di informazione e perché si continua a farlo ancora adesso che possiamo vedere tutto ciò che accade alla televisione? Perché vengono pubblicate alcune fotografie e non altre? Quali informazioni apportano, oltre a quelle già contenute negli articoli? Le fotografie possono creare

disinformazione? Perché alcune foto di eventi passati (il miliziano colpito a morte di Robert Capa, la bambina vietnamita che corre con la braccia spalancate dopo un attacco al napalm) sono rimaste così fortemente impresse nella memoria collettiva?

Ogni capitolo di questo lavoro cerca di offrire elementi in più per rispondere esaurientemente a queste domande, anche se, ovviamente, le risposte offerte qui non sono le uniche possibili. Il primo capitolo ripercorre la “storia delle immagini”, evidenziando la pluralità e la diversità delle immagini di cui gli uomini si sono circondati, cominciando con i disegni fatti dagli uomini primitivi sulle pareti delle caverne. Per comprendere la pluralità di significati cui l’uomo attribuisce alle immagini, occorre tener presente gli strumenti offerti da varie discipline: iconografia, semiologia, filosofia.

Allo stesso modo, il secondo capitolo affronta la specificità dell’immagine fotografica, senza tuttavia pervenire ad una definizione precisa. L’immagine fotografica, infatti, allo stesso tempo, essa può essere vissuta come icona, indice o simbolo della realtà che rappresenta, per richiamare la tricotomia di Charles Sander Peirce. Per questo motivo, le immagini fotografiche sono state strumento di numerose elaborazioni simboliche nella realtà sociale e si sono prestate a usi diversi.

Nel terzo capitolo, grazie al contributo dell’analisi semiotica delle immagini, si è cercato di evidenziare il fatto che la lettura di una fotografia non è un’operazione così semplice e immediata, come si è comunemente portati a pensare, proprio perché l’immagine fotografica, di per sé, è un’immagine complessa. E lo è ancora di più quando viene pubblicata sulla pagina di un giornale e deve concorrere con altri elementi, di diversa natura, nel processo di informazione.

Si arriva così a formulare l’ipotesi centrale di questo lavoro: che esista una retorica della fotografia giornalistica, ovvero una serie ricorrente di modi di attribuzione di senso alle immagini fotografiche che troviamo nei quotidiani, innescati sia da parte di coloro che scelgono quali fotografie pubblicare per visualizzare determinate notizie, sia da parte di coloro che fruiscono del giornale così confezionato, vuoi consapevolmente vuoi inconsapevolmente. Esisterebbero tre modi principali attraverso cui le persone elaborano il senso delle immagini fotografiche, che corrispondono alle modalità con cui, da millenni, gli uomini si rapportano alla realtà, per costruire il significato della loro esistenza: l’allegoria, il simbolo e il mito. A questi si aggiunge anche lo stereotipo.

Il capitolo quarto analizza, attraverso gli strumenti teorici trattati nel capitolo precedente, la copertura fotografica della guerra in Iraq tra marzo e aprile 2003 fatta dai tre quotidiani sopra menzionati (*Il Corriere della Sera*, *Le Monde* e *El País*), al fine di verificare se le fotografie sono state utilizzate in modo retorico, nel senso attribuito a questo termine nel capitolo tre. In questo contesto si è anche cercato di applicare, all’insieme delle fotografie prese in considerazione, una suddivisione per generi, così come si fa in letteratura. Un ulteriore elemento di verifica è stata la visita alla redazione del *Corriere della Sera* e i colloqui con l’art director Gianluigi Colin.

Bibliografia.

- Aa. V.v., *Le style du Monde*, edizioni Le Monde, Parigi, 2002
- Adorno, Theodor W. – Horkheimer, Max, *Dialettica dell’Illuminismo*, Einaudi, Torino, 1966
- Anceschi, Giovanni, *Fotografia impaginata* in Id., *Monogrammi e figure: teorie e storie della progettazione di artefatti comunicativi*, La Casa Usher, Firenze/Milano, 1981
- Arnheim, Rudolph, *Film come arte*, Il Saggiatore, Milano, 1960
- Assmann, Aleida, *Ricordare. Forme e mutazioni della memoria culturale*, Il Mulino, Bologna, 2002
- Barthes, Roland, *Il messaggio fotografico* in Id., *L’ovvio e l’ottuso*, Einaudi, Torino, 1985
- Barthes, Roland, *La camera chiara*, Einaudi, Torino, 1980
- Barthes, Roland, *La camera chiara*, Einaudi, Torino, 1980
- Barthes, Roland, *La retorica dell’immagine* in Id., *L’ovvio e l’ottuso*, Einaudi, Torino, 1985
- Barthes, Roland, *Miti d’oggi*, Einaudi, Torino, 1994
- Bateson, Gregory, *Mente e natura*, Adelphi, Milano, 1984
- Baudelaire, Charles, *Scritti sull’arte*, Einaudi, Torino, 1981
- Baudrillard, Jean, *La società dei consumi: i suoi miti e le sue strutture*, Il Mulino, Bologna, 1976

- Baudrillard, Jean, *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano, 1990
- Bazin, André, *Ontologia dell'immagine fotografica* in *Id, Che cos'è il cinema?*, Garzanti Milano, 1973
- Bechelloni, Giovanni, *Giornalismo o post-giornalismo?*, Liguori Editore, Napoli, 1998
- Benjamin, Walter, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino, 1966
- Bergala, Alain, *L'image de marque* in *QCahier du cinémaf*, n° 268/269, 1976
- Bourdieu, Pierre, *La fotografia: usi e funzioni di un'arte media*, Guaraldi, Firenze, 1972
- Brusantin, Manlio, *Storia delle immagini*, Einaudi, Torino, 1989
- Burke, Peter, *Testimoni oculari. Il significato storico delle immagini*, Carocci, Roma, 2002
- Canevacci, Massimo, *Antropologia della comunicazione visuale*, Angelo Ruggeri, Milano, 1990
- Capobussi Maurizio, Colombo Attilio, Piovani Alberto, *Linguaggio e fotografia* in *QProgresso fotograficof*, LXXXIV, n. 12, dicembre 1977
- Capobussi Maurizio, Colombo Attilio, Piovani Alberto, *Fotografia e stile* in *QProgresso fotograficof*, LXXXV, n. 2, febbraio 1978.
- Carchia, Gianni, *La legittimazione dell'arte*, Guida, Napoli, 1982
- Cassirer, Ernest, *Fenomenologia della conoscenza* in *Id., Filosofia delle forme simboliche*, La Nuova Italia, Firenze, 1966, vol. 3
- Cassirer, Ernest, *Il linguaggio* in *Id., Filosofia delle forme simboliche*, La Nuova Italia, Firenze, 1966, vol. 1
- Cassirer, Ernest, *Il pensiero mitico* in *Id., Filosofia delle forme simboliche*, La Nuova Italia, Firenze, 1966, vol. 2
- Cassirer, Ernest, *Linguaggio e mito*, Il Saggiatore, Milano, 1961
- Colin, Gianluigi, *La fabbrica del presente*, Edizioni Charta, Milano, 2002
- Colombo, Furio, *Ultime notizie sul giornalismo: manuale di giornalismo internazionale*, Roma, Laterza, 1995
- Dalla Bernardina, Sergio, *L'effetto delega. Leggenda, ideologia, morale* in *QLa ricerca folkloricaf*, XVIII, n. 36, ottobre 1996, numero monografico *Leggende. Riflessioni sull'immaginario*.
- De Paz, Alfredo, *La fotografia come simbolo del mondo: storia, sociologia e estetica*, CLUEB, Bologna, 1986
- Debray, Régis, *Vita e morte dell'immagine: una storia dello sguardo in Occidente*, Il Castoro, Milano, 2000
- Dorflès, Gillo, *Nuovi miti, nuovi riti*, Skira editore, Milano, 2003
- Dubois, Pierre, *L'atto fotografico*, Edizioni QuattroVenti, Urbino, 1996
- Ducrot, Oswald –Todorov, Tzveton, *Dizionario enciclopedico delle scienze del linguaggio*, ISEDI, Milano 1972
- Durand, Gilbert *Le strutture antropologiche dell'immaginario: introduzione all'archetipologia generale*, Dedalo, Bari, 1972
- Durand, Gilbert, *L'immaginario: scienza e filosofia dell'immagine*, Red Edizioni, Como, 1996
- Durand, Gilbert, *L'immaginazione simbolica*, Red Edizioni, Como, 1999
- Eco, Umberto, *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Einaudi, Torino, 1997
- Eco, Umberto, *Sugli specchi e altri saggi*, Bompiani, Milano, 1985
- Eliade, Mircea, *Immagini e simboli: saggi sul simbolismo magico-religioso*, Jaka-Book, Milano, 1981
- Esodo
- Ewen, Stuart, *Sotto l'immagine niente. La politica dello stile nella società contemporanea*, Franco Angeli, Milano 1993
- Fabietti, Ugo – Matera, Valerio, *Memorie e identità. Simboli e strategie del ricordo*, Meltemi, Roma, 1998
- Faeta, Francesco, *Strategie dell'occhio: saggi di etnografia visiva*, Franco Angeli, Milano, 2003
- Fornari, Franco, *Psicanalisi della guerra*, Feltrinelli, Milano, 1966
- Florenskij, Pavel, *Le porte regali: saggio sull'icona*, Adelphi, Milano 1977
- Fracassi, Claudio, *Sotto la notizia niente: saggio sull'informazione planetaria*, Libera informazione editrice, Roma, 1994

- Freedberg, David, Potenza delle immagini, Einaudi, Torino 1993
- Freud, Sigmund, Psicopatologia della vita quotidiana, Newton Compton, Milano, 1985
- Freund, Gisèle, Fotografia e società, Einaudi, Torino, 1976
- Gadamer, Hans Georg, Verità e metodo, Bompiani, Milano, 1983
- Givone, Sergio – Toscani, Oliviero, Il mondo e la sua immaginazione in QMicroMega: almanacco di filosofief, 5/2001
- Gombrich, Ernest, Aspirazioni e limiti dell'iconologia in Id. Immagini simboliche. Studi sull'arte del Rinascimento, Einaudi, Torino, 1978
- Gozzini, Giovanni, Storia del giornalismo, Bruno Mondatori, Milano, 2000
- Gruppo m, Retorica generale: le figure della comunicazione, Bompiani, Milano, 1976
- Guerrin, Michel, Profession photoreporter. Gallimard, Paris, 1988
- Halbwachs, Maurice, I quadri sociali della memoria, Ipermedium, Napoli, 1996
- Halbwachs, Maurice, La memoria collettiva, Unicopoli, Milano, 1987
- Hewstone; Miles – Stroebe, Wolfgang –Stephenson, Geoffry, Introduzione alla psicologia sociale, Il Mulino, Bologna, 2000
- Holmes, Oliver W., Il mondo fatto immagine. Origini fotografiche del virtuale, Costa&Nolan, Genova, 1995
- Innis, Arold H., Impero e comunicazioni, Meltemi, Roma, 2001
- Jakobson, Roman, Saggi di linguistica generale, Feltrinelli, Milano, 1990
- Joly, Martine, Introduzione all'analisi dell'immagine, Lindau, Torino, 1999
- Joly, Martine, L'image et les signes. Approche sémiologique de l'image fixe, Nathan, Paris 2002
- Jung, Carl Gustav, L'uomo e i suoi simboli, A. Mondatori, Milano, 1984
- Kandinskij, Vasilij, Dello spirituale nell'arte, Edizioni SE, Milano, 1989
- Kandinskij, Vasilij, Punto, linea, superficie: contributo all'analisi degli elementi pittorici, Adelphi, Milano, 1968
- Kaplinsky, Jaan, Tra la verità di Dio e il folklore in QProblemi dell'informazioneef, a. XXVI, n. 2-3, giugno-settembre 2001
- Keim, Jean, Breve storia della fotografia, Einaudi, Torino, 1976
- Krauss, Rosalind, Teoria e storia della fotografia, Bruno Mondatori, Milano 1996
- LaCouture, Jean et al., In our time. Il mondo visto dai fotografi di Magnum, Fratelli Alinari, Firenze, 1991
- Lambert, Frédéric, Mythographie, la photo de presse et ses légendes, Médiathèque Ediling, Paris, 1996
- Lévi-Strauss, Claude, Il pensiero selvaggio, Il Saggiatore, Milano, 1962
- Lévi-Strauss, Claude, La struttura del mito in Id., Antropologia strutturale, Il Saggiatore, Milano, 1998
- Martin, Michel, Semiologia dell'immagine e pedagogia, Armando, Milano, 1990
- McLuhan, Marshall, Gli strumenti del comunicare, Il Saggiatore, Milano, 1967
- McQuail, Dennis, Le comunicazioni di massa, Il Mulino, Bologna, 1993
- Merleau-Ponty, Maurice, Il visibile e l'invisibile, Bompiani, Milano, 1993
- Mignemi, Adolfo, Lo sguardo e l'immagine. La fotografia come documento storico, Bollati Boringhieri, Torino, 2003.
- Morelli, Roberto, E' la stampa bellezza. Corso generale di tecnica giornalistica, Lint, Trieste, 1999
- Morris, John G., Sguardi sul Novecento: cinquant'anni di fotogiornalismo, Le Vespe, Pescara, 2000
- Morvan, Yan, Le photojournalisme, CEPJ, Paris 1999
- Newhall, Beaumont, Storia della fotografia, Einaudi, Torino, 1984
- Ortoleva, Peppino, Mediastoria. Comunicazione e cambiamento sociale nel mondo contemporaneo, Pratiche, Parma, 1995
- Panofsky, Erwin, La prospettiva come forma simbolica e altri saggi, Feltrinelli, Milano, 1969
- Panofsky, Erwin, Studi di iconologia. I temi umanistici nell'arte del Rinascimento, Einaudi, Torino, 1999
- Papuzzi, Alberto, Professione giornalista. Tecniche e regole di un mestiere, Manuali Donzelli 1998
- Peirce, Charles Sanders, Semiotica. I fondamenti della semitica cognitiva, Einaudi, Torino, 1980

- Platone, *Il Sofista*, a cura di Valdimiro Arangio-Ruiz, LaTerza, Bari, 1951
- Platone, *La Repubblica*, a cura di Franco Sartori, Laterza, Roma, 1994
- Rondolino, Gianni, (a cura di), *Làszlò Moholy-Nagy. Pittura, fotografia, film*, Einaudi, Torino 1975
- Sartori, Giovanni, *La comunicazione e il sistema dei media. Elementi costitutivi e linee di sviluppo*, Edizioni QuattroVenti, Urbino, 1998
- Savarese, Rossella, *Guerre intelligenti*, stampa, radio, tv, informatica. *La comunicazione politica dalla Crimea al Golfo Persico*, Franco Angeli, Milano, 1992
- Schwarz, Heinrich, *Arte e fotografia: precursori e influenze*, Bollati Boringhieri, Torino, 1992
- Simone, Raffaele, *La terza fase*, Laterza, Bari, 2000
- Sini, Carlo, *I segni dell'anima: saggio sull'immagine*, Laterza, Bari, 1989
- Sontag, Susan, *Sulla fotografia: realtà ed immagine nella nostra società*, Einaudi, Torino 1976
- Sontag, Susan, *Davanti al dolore degli altri*, Mondadori, Milano, 2003
- Pierre Sorlin, *L'immagine e l'evento. L'uso storico delle fonti audiovisive*, Paravia Scriptorium, Torino, 1999
- Sorlin, Pierre, *I figli di Nadar, un secolo di immagini analogiche*, Einaudi, Torino, 2000
- Termine, Liborio, *La scrittura fotografica*, La Nuova Italia 1987
- Vanzetto, Livio, *Guida storica ai monumenti di Cima Grappa*, Cierre edizioni, 2001
- Vattimo, Gianni, *Dalla crisi della rappresentazione al trionfo dell'immagine*, in *Atlante del Novecento*, (a cura di) Gallino Luciano, Salvatori Massimo L., Vattimo Gianni, UTET, Torino 1999, 3 vol.
- Vattimo, Gianni, *La società trasparente*, Garzanti, Milano, 1989
- Volli, Ugo, *Il libro della comunicazione: idee, strumenti, modelli*, Il Saggiatore, Milano, 1994
- Wolf, Mauro, *Teorie della comunicazione di massa*, Bompiani 1994
- Wunenburger, Jean-Jaque, *Filosofia delle immagini*, Einaudi, Torino 1999
- Zannier, Italo, *Storia e tecnica della fotografia*, Zanichelli 1986
- Italo Zannier, *Quante polemiche sul miliziano morente in QStoria Illustrataf*, n. 354, maggio 1987

Siti consultati.

www.editorandpublisher.com

www.fotoinfo.net

www.fnsi.it sito della Federazione nazionale stampa italiana.

www.internazionale.it

www.kainos.it

www.spaziocultura.it

Conclusioni

L'indagine condotta conferma l'atavica necessità dell'uomo di convertire il mondo in immagini: fin dai primordi, le immagini, di qualsiasi natura, hanno rappresentato uno dei principali strumenti di intermediazione tra l'uomo, i suoi sensi e la sua coscienza, e la realtà che lo circonda. Utilizziamo le immagini per conoscere il mondo, la nostra conoscenza si basa, in gran parte, su ciò che possiamo vedere; nella nostra cultura visiva occidentale vedere è sapere, è possedere la realtà.

Le immagini fotografiche pubblicate sui quotidiani hanno, in prima istanza, questa funzione gnoseologica; i giornalisti e i lettori si affidano ad esse, perché sono convinti della natura oggettiva, di specchio del reale, propria di questo tipo di immagini. In particolare, è opinione comune che la conoscenza veicolata dalle fotografie sia immediata, semplice, veloce, quindi funzionale alle modalità di comunicazione che si stanno diffondendo.

L'analisi della copertura fotografica attuata da il *Corriere della Sera*, *Le Monde* e *El País* della difficile situazione di guerra verificatesi in Iraq ha evidenziato che le relazioni che si creano tra queste tre entità: i soggetti che percepiscono la realtà, sia come singoli che come comunità, la realtà stessa e le fotografie che la rappresentano sono molto più complesse e problematiche, tuttavia sintetizzabili in tre figure: l'allegoria, il simbolo e il mito, che da sempre costituiscono le modalità con cui l'uomo si rapporta alla

realtà . Si è parlato, a proposito, di retorica delle fotografie giornalistiche proprio per sottolineare il carattere ricorrente di queste figure e, inoltre, il fatto che esse diano vita a percorsi comunicativi che apportano significazioni che trascendono la mera realtà cui si riferiscono.

Durante il conflitto in Iraq le fotografie sono state pubblicate hanno prodotto essenzialmente due effetti: hanno informato e ci hanno emozionato. Non sempre l'informazione prodotta da queste immagini rappresentava un valore aggiuntivo rispetto all'informazione veicolata dai testi scritti; spesso le fotografie offrivano uno sguardo che tendeva a semplificare la realtà, a ridurla in una serie di stereotipi di facile comprensione. E' tuttavia una caratteristica peculiare dell'allegoria, del simbolo e del mito strutturare la realtà utilizzando categorie e schemi esplicativi elementari, validi universalmente, che si basano su semplici opposizioni binarie. Del resto, di fronte ad un evento come la guerra, l'uomo ricerca queste modalità e trova in esse conforto.

L'informazione prodotta da queste foto allegoriche, simboliche e mitiche non si riduce, tuttavia, solamente ad una serie di stereotipi. Queste immagini, infatti, sono in grado di superare la rappresentazione passiva del dato, attingendo ad un livello veramente espressivo, situato a metà strada tra l'ideale e il reale, tra il soggettivo e l'oggettivo. Le fotografie, infatti, attivano la capacità immaginativa dell'uomo che lo induce a muoversi più sul piano del sentimento e delle intuizioni, che sul piano della ragione.

Pensare la realtà circostante per mezzo di fotografie allegoriche, simboliche o mitiche spesso ha significato estetizzare questa realtà, attraverso richiami iconografici dei canoni estetici dell'arte occidentale, soddisfacendo quel piacere consolatorio di cui l'uomo sente il bisogno accostandosi alla realtà. Ma le fotografie che rappresentano l'attualità attraverso le modalità dell'allegoria, del simbolo e del mito rispondono ad un'altra necessità insita nell'uomo, quella di raccontare, di narrare dei fatti, in vari modi: drammatizzandoli o spettacolarizzandoli, in tono epico o lirico.

Le fotografie allegoriche, simboliche e mitiche creano tutta questa serie di effetti perché attivano un'altra importante modalità di pensiero: quella mnemonica. Le fotografie di questo tipo, infatti, solitamente contengono dei richiami al passato, attivano la memoria storica, attraverso quella iconica, del soggetto, proponendogli paralleli analogici tra passato e presente, che aggiungono ulteriori significazioni. D'altra parte, viene naturale, di fronte ad eventi di una tale importanza, come la guerra in Iraq, esplorare la nostra memoria per cercare altri accadimenti simili.

Alla luce di queste modalità di rappresentazione per immagini della realtà, vediamo che facilmente una fotografia può perdere la sua peculiarità di foto giornalistica, vale a dire strettamente informativa, secondo i principi e le regole del giornalismo scritto. Per questo motivo, sarebbe auspicabile che i quotidiani dedicassero più attenzione alla questione della comunicazione visiva delle notizie per mezzo delle immagini fotografiche, aprendo un dialogo tra lettori e giornalisti, soprattutto in contesto bellico, quando ogni aspetto della comunicazione diviene ancora più problematico.

Non essendo quello strumento oggettivo di rappresentazione della realtà che si è sempre comunemente pensato, le fotografie sono dei mezzi molto efficaci attraverso cui ciascun quotidiano può esprimere la propria linea editoriale, il proprio modo di vedere le cose. Ognuno dei quotidiani esaminati ha un proprio stile visivo, indicativo del modo in cui questi intendono l'attualità e, soprattutto, l'informazione su questa attualità. Questi approcci diversi alla comunicazione visiva delle notizie attraverso l'impiego delle immagini fotografiche costituiscono tre modi diversi di fare informazione e, quindi, tre modi diversi di produrre conoscenza.

Non possiamo sostenere che un quotidiano che scelga di pubblicare delle fotografie retoriche, nel senso dato sopra a questo termine, faccia disinformazione tout court, mentre un quotidiano che pubblichi esclusivamente delle foto descrittive crei maggiore conoscenza: cosciente della complessità propria dell'immagine fotografica e delle modalità cognitive cui può dar vita, sarebbe auspicabile che ogni quotidiano valuti più attentamente, caso per caso, le proprie scelte visive.

A questo proposito si è cercato di suggerire alcune soluzioni: far sì che i giornalisti abbiano una cultura dell'immagine di base e che questa cultura si trasformi in una deontologia; aprire il dialogo tra la redazione e i lettori sul proprio modo di lavorare; inserire nell'organigramma redazionale delle figure ad hoc che si occupino della linea visiva del giornale.

© **Fotografia&Informazione** - <http://www.fotoinfo.net/copyright.htm>