

Evitare la semplice illustrazione

Secondo alcune stime, lo scorso anno sono state scattate oltre mille miliardi di fotografie, e in tutto il mondo le persone caricano in media 1,8 miliardi di fotografie *al giorno* su Facebook, Google e Instagram. In un mondo in cui esistono così tante foto, come si fa a introdurre nelle immagini un significato che induca il pubblico a fermarsi a guardarle? Che cosa rende alcune immagini memorabili e altre facilmente dimenticabili?

I principianti cercano spesso di imitare le immagini che vedono sulla stampa, su Instagram o su altre fonti online. L'imitazione, ovviamente, è considerata una forma di adulazione e può essere un prezioso strumento formativo. Però, è necessario fare una discriminazione: molte immagini oggi sono semplicemente illustrative ed evitano ogni forma di profondità dei contenuti. I fotografi si preoccupano di realizzare



Untitled, 1968, David Ulrich.

Quando ero un giovane fotografo, cercavo soggetti ordinari, come tramonti e fiene, e arrivavo persino a posizionare gel colorati sull'obiettivo per aumentare determinati effetti.

quelle che sono conosciute come immagini “ad alto impatto”, fotografie che sono semplicemente belle o visivamente piacevoli. Quando l’attenzione viene rivolta agli elementi illustrativi dell’inquadratura, anziché al contenuto, si parla di “pittorismo”, una fase della formazione che può e deve essere superata rapidamente. La fotografia è una forma di comunicazione molto potente e molte persone si stancano dei cliché visivi prevalenti nella fotografia popolare. Tu che cosa vorresti dire? Come *vedi* il mondo? Quali idee e impressioni toccano la tua anima?

L’autenticità nella creazione di immagini è fondamentale per una comunicazione visiva efficace. Recentemente ho sfogliato un articolo online di Hillary K. Grigoris sul sito Digital Trends, nel quale venivano analizzati i dati di numerose agenzie fotografiche per prevedere la direzione che prenderà la fotografia nei prossimi anni in base ai tipi di immagini attualmente popolari. I risultati sono confortanti e coerenti con il mio pensiero.

IMMAGINI VERITIERE

Per me, tra le fotografie più toccanti vi sono sicuramente le istantanee estetiche, immagini scattate nel corso della propria vita che esprimono momenti quotidiani ricchi di significato e di emozione, al tempo stesso realistici e inclementi. L’amministratore delegato di Storyblocks, TJ Leonard, osserva: “Questa tendenza si basa sul trarre ispirazione dalle immagini inaspettate che catturiamo ogni giorno sui nostri smartphone, abbinandovi però la qualità che deriva da una vasta esperienza professionale”. Brenda Mills di Adobe Stock scrive: “Il bisogno umano di condividere una gamma completa e onesta di emozioni grezze è ormai diffuso”. Le immagini autentiche nascono dal nostro cuore e dalla nostra mente, dalla materia prima della nostra vita quotidiana.

IMMAGINI CHE PONGONO FINE A UNO STIGMA

Tutti i comunicatori visivi hanno la responsabilità di superare gli stereotipi comuni e di ritirare il loro sostegno ai pregiudizi inconsci e agli atteggiamenti culturali ormai logori. Nel settore della bellezza, per esempio, sta lentamente emergendo una tendenza salutare, nota come body positivity, che ritiene che tutte le corporature siano belle e degne di attenzione. Allo stesso modo, oggi molti fotografi rifiutano le tecniche estreme basate su Photoshop per ritoccare i segni fisici dell’età e della genetica che ci rendono individualmente umani. Il razzismo sistemico, il pregiudizio in tutte le sue forme, i preconcetti inconsci e gli argomenti precedentemente tabù possono ora essere esplorati e sfidati attraverso l’uso sensibile delle immagini. L’agenzia

Storyblocks ha notato “un aumento del 40% delle ricerche relative alla salute mentale: per la meditazione l’aumento è pari al 93%, per le dipendenze del 75%”.

I fotografi possono aiutare la collettività a raggiungere gli obiettivi sociali della diversità, dell’uguaglianza e del trattamento equo. La cultura visiva è una forza motrice primaria che aiuta e favorisce gli atteggiamenti culturali prevalenti. Troviamo un modo per promuovere lo stesso rispetto per tutte le persone e le loro condizioni!

IMMAGINI CON UNO SCOPO

Adobe Stock ha osservato una tendenza definita “da me a noi”, secondo la quale “individui e marchi si uniscono per supportare le cause più importanti”. Vivendo alle Hawaii, sono sempre stato colpito dal gran numero di immagini che rappresentano palme, tramonti e ogni sorta di immagini che perpetuano il “mito” del paradiso. Molti fotografi qui scattano immagini popolari che ignorano la realtà della vita nelle isole, come i cambiamenti climatici estremi, l’altissimo numero di persone senza fissa dimora, il costo esorbitante della vita, il cambiamento culturale, la gentrificazione dei quartieri locali, il sovrasviluppo, il degrado ambientale e la graduale erosione delle tradizioni culturali che conferiscono a queste isole la loro ricchezza e la loro diversità. Il buono, il brutto e il cattivo sono uguali agli occhi dell’obiettivo della fotocamera.

Possiamo sicuramente fare di meglio. La fotocamera è un potente strumento di testimonianza: le immagini possono insegnare, informare, ispirare e mostrare la forma del mondo reale. Il semplice pittorismo impallidisce di fronte alla potenza della fotocamera di mostrare e rivelare realmente ciò che vediamo, sentiamo e osserviamo nel mondo in rapido cambiamento in cui viviamo. La società ha bisogno di persone che raccontino la verità ai potenti, che siano disposte a riferirla così com’è e che volgano senza battere ciglio lo sguardo sulla gioia e sulla tragedia dei momenti quotidiani della vita individuale e della collettività.

Amplia la tua espressione oltre le semplici immagini illustrative, realizzando fotografie dai contenuti in grado di parlare direttamente ai cuori e alle menti dei destinatari.