

ANNO IX - NUMERO 78 - FEBBRAIO 2002

# FOTO *graphia*

**Paris Photo**  
**NOTE A MARGINE**

**Giovanni Umicini**  
**REPORTAGE**  
**DI TEMPO E SPAZIO**

**Camedia E-20P**  
**INTERPRETAZIONE**  
**PROFESSIONALE**  
**OLYMPUS**

**LUCA BRUNO** **FOTOGRAFO DI SPORT DELL'ANNO**

# LO STATO



Osservazioni su Paris Photo 2001: passerella privilegiata della fotografia d'autore.

Ciò che abbiamo visto, quanto è stato presentato,  
ma, soprattutto, cosa se ne deduce. Commenti e riflessioni dal vivo

# DELL'ARTE



**Fotografia di Balthasar Burckhard, rappresentato dalla Galerie Liliane & Michel Durand-Dessert di Parigi.**

**P**arigi vale sempre un viaggio, specialmente se il motivo è la Fotografia, anzi, il Mercato della Fotografia, che ogni anno si esprime nel prestigioso programma internazionale di Paris Photo: nell'arco di quattro giorni, solitamente a metà novembre, gallerie private, enti pubblici, case editrici e critici (?) presentano il meglio delle rispettive produzioni, ovviamente fotografiche. Soprattutto, questa Parigi merita attenzione per la capacità con cui i francesi valorizzano la Fotografia, nostro argomento primario: non a caso, i francesi continuano a vantare di averla inventata loro e donata al mondo intero (considerazione e realtà storica, datata all'indomani della sequenza di presentazioni pubbliche/private del 1839 con le quali l'astronomo Dominique François Jean Arago annunciò alla Francia, prima, e al mondo intero, in subordine, i termini concreti dell'invenzione originaria di Louis Jacques Mandé Daguerre).

Io, neofita di questo mondo, prima di oggi osservato soltanto da lontano, dalla finestra, mi sono ac-

costato a Paris Photo 2001 (dal 15 al 18 novembre al Carrousel di Louvre) con timore, reverenza e speranza. E a partire da queste condizioni ne riferisco.

Al culmine di un'indagine personale, a Parigi ho preso contatto e visitato, prima di tutto, le Gallerie che presentano e vendono Fotografie. Sono "uomo di mondo" e dunque non mi sono meravigliato di come la situazione sia nettamente diversa dalla nostra più modesta realtà italiana. A conti fatti, la città ospita il programma di Paris Photo in un sostanziale e sostanzioso ordine di intenti. Per quanto sia possibile, la fiera internazionale è l'esatta e diretta emanazione di un clima generalizzato, che si respira nelle numerose e fornite Gallerie. Il parallelo è d'obbligo: per quanto altri si riempiano la bocca con i paragoni (Mercati d'Arte di Torino, Bologna o Bari accostati all'esperienza parigina), l'annotazione è semplicemente irriverente. Paris Photo non è una manifestazione casuale, estemporanea e improvvisata: è in ordine con l'Anima di Parigi. Così come l'Aipad di New York City, ogni anno a metà febbraio, è in ordine con il mercato statunitense della fotografia d'autore.



## PARIGI SOPRA TUTTI

Per quanto, da questo nostro particolare punto di vista, Parigi non sia comunque Londra o New York, in poco più di cinque anni, la giovane fiera di Paris Photo si è imposta all'attenzione generale, addirittura internazionale, come celebra il proprio sottotitolo: *Europe's International Photography Fair*, senza soluzione di continuità dall'Ottocento ai nostri giorni. All'edizione 2001 hanno partecipato novantasette Gallerie provenienti da quattordici paesi, tra i quali Giappone e Sudafrica. Considerato il successo di pubblico (quarantamila visitatori in quattro giorni!) e critica, e soprattutto la presenza di compratori, collezionisti, investitori, istituzioni e musei, è stato raggiunto un giro di affari che ha certamente giustificato le presenze.

Sicuramente, il successo di Paris Photo, che è solo e soltanto fiera-mercato di fotografia d'autore, è significativo, oltre che emblematico. E non può che dipendere, come abbiamo appena annotato, dalle condizioni logistiche e ideologiche di base: presunzione/consapevolezza della propria primo-

genitura storica e fascino/concretezza fotografica di una città che da tempo ha eletto la Fotografia tra le arti maggiori, dando anche cittadinanza e residenza a movimenti, autori e commentatori qualificati e qualificanti. Attenzione: con un impegno privato pari a quello pubblico, oppure con iniziative pubbliche concorrenziali con quelle private, fate voi. Comunque sia: nobile gara, da invidiare!

Anche la forma ha la propria importanza. Contenutisticamente belle o brutte (giudizio soggettivo), d'impatto o antiche, bianconero o colore, tutte le fotografie esposte a Paris Photo vengono stampate in modo splendido e presentate con orgoglio e convinzione.

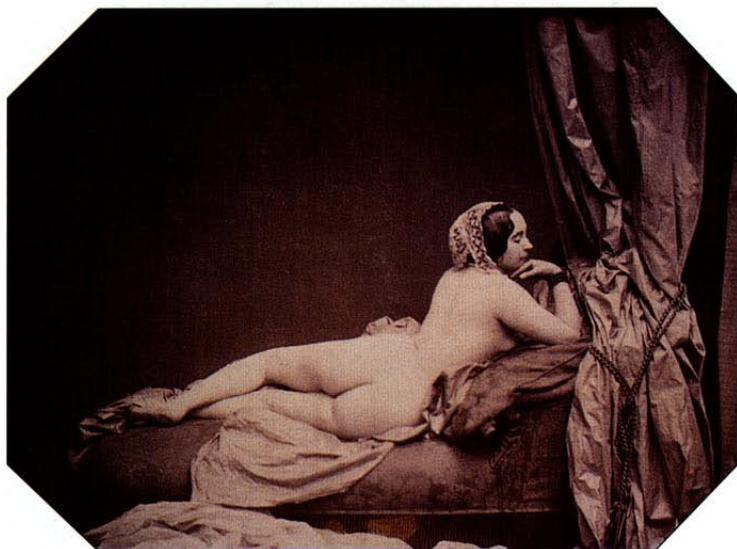
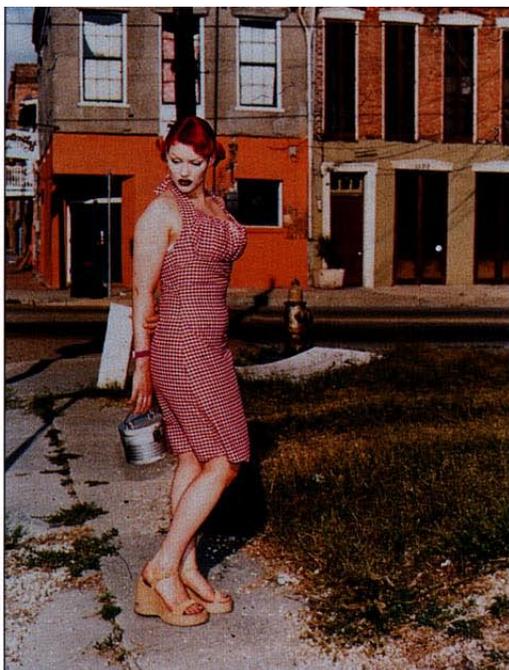
## NEL CONCRETO

Sono stato al Salone per identificare e capire le categorie di immagini che attirano, vengono proposte, ammirate e comprate; insomma che animano il mercato internazionale.

La prima considerazione riguarda il rilievo storico e di documentazione. Infatti ben il 40 per cento del-

*Fotografia  
di Gustave Le Gray,  
rappresentato  
dalla Galerie  
Laurent Herschtritt  
di Parigi.*

**Fotografia di Katharina Bosse, rappresentata dalla galleria Heidi Reckermann Photographie di Colonia.**



**Studio di nudo attribuito a Eugène Durieu (1800-1874) [ma non ci convince], presentato a Paris Photo 2001.**

le Gallerie ha presentato immagini d'epoca -stampe vintage- del Diciannovesimo e primi anni del Ventesimo secolo (annotazione parallela: questo clamoroso e "universale" salto indietro dipende, in qualche misura, dai disagi provocati, anche solo nello stretto ambito fotografico, dall'11 settembre?). Il loro valore, non solo di mercato, è considerevole. In questo caso, la fotografia assolve la propria specifica funzione di documentazione fedele (?) della realtà, di una realtà e un ricordo che vale sempre la pena conservare e rivedere. Che siano attimi, personaggi, usi e costumi, architetture o paesaggi, questa memoria storica documenta e fissa indelebilmente il nostro passato, le nostre esperienze, il nostro vissuto e, in qualche modo, consente di prendere coscienza del presente, con i propri pregi e/o difetti, e forse anche di ipotizzare il futuro.

Al di là di considerazioni filosofiche, comunque, chi dovesse possedere collezioni o archivi storici è invitato a conservare, catalogare, mantenere in ottimo stato e valorizzare le relative immagini. Tra l'altro, se è vero che questo mercato è e sarà sempre

più attivo, non dovrebbero mancare le soddisfazioni, dal punto di vista culturale e anche da quello finanziario, concretamente remunerativo.

Analogamente: chiunque sia in possesso di immagini che testimoniano il recente passato (prossimo), già storico -come l'evoluzione o l'involuzione di aree cittadine-, spazi residenziali e industriali, paesi, costumi, farebbe bene a conservarle con cura. Penso a tutte le immagini quotidiane, forse casuali nella propria origine, scattate in famiglia e magari relegate alla rinfusa in scatole di cartone. Anche queste sono (saranno?) immagini che, opportunamente gestite, potranno rappresentare un patrimonio, quantomeno dal punto di vista storico e sociale.

## CONTI E CONTEGGI

Un po' meno comprensibile, dal mio personale punto di vista (condivisibile?), sono gli spazi e le valutazioni che vengono riservati a certa fotografia contemporanea, che non ha ancora passato l'esame del Tempo. Però è un dato di fatto che la documentazione del quotidiano, in tutti i propri aspetti, per lo più spiacevoli, rappresenti la gran parte della corrente produzione d'autore, soprattutto di quella nord europea, così cara agli editori di tendenza: riviste di costume, monografie illustrate, pubblicazioni specialistiche. Il tutto però va inquadrato nelle manifestazioni dell'arte contemporanea, così avida di immagini rapide, pronte in una manciata di istanti, mediata da mezzi -comunque li si veda- tecnologici.

Nella catalogazione dei soggetti proposti, per individuare una strada potenziale da seguire, non sono mancate le sorprese. Oltre la metà degli espositori ha presentato immagini di strada e situazioni inerenti, a testimonianza che quello definito "sociale" è un argomento oggi d'attualità, forse addirittura vincente. Probabilmente, possiamo pensare che l'editoria -giornali e riviste- viva di tali soggetti, tanto che domanda e offerta si incentivano a vicenda. Per contro, all'interno dell'insieme delle collezioni fotografiche in passerella, lo still life può essere quantificato in un modesto 20 per cento.

Ancora prevalenti sono il ritratto e la figura. Quindi, se sommiamo fotografia sociale e ritratto, evidenziamo l'impatto che la figura umana rappresenta nel panorama della fotografia d'autore, nel cui ambito rappresenta circa l'80 per cento della proposta complessiva e globale.

Poco spazio per gli altri soggetti? No, paesaggi e panorami, tanto cari alla Scuola cui appartengo, sono ben apprezzati in metà delle raccolte, così come il nudo, esposto almeno da un terzo delle Gallerie presenti. In questo senso, non è mancata la tradizionale scivolata nel cattivo gusto, di un erotismo che sconfinava fino alla pornografia: con rappresentazioni esplicite di masturbazioni femminili, organi genitali e bondage, da destinare probabilmente ad altre manifestazioni specializzate.

Una timida presenza di immagini elettroniche, acquisite o manipolate con mezzi digitali, ha legittimamente e giustamente abbattuto una originaria

barriera di diffidenza. A Paris Photo 2001 hanno trovato spazio anche composizioni multiple e mosaici, proposti da ben sedici Gallerie: una buona annotazione per gli autori che si esprimono... in moltiplicazione d'intenti.

Di contro, non si può parlare della fotografia di architettura, in questa sede sostanzialmente ignorata. Sono mancati anche ritratti di bambini (paura sociale?), mentre fiori e animali hanno avuto qualche opportunità in più. Mi ha sorpreso, invece, incontrare fotografie scientifiche, riprese al microscopio. Un buon segnale per chi passa il proprio tempo a studiare l'infinitamente piccolo e specialmente per l'italiano Enrico Giovenzana, da (troppo!) tempo lontano dalla ribalta, a cui auguriamo di tornare presto all'attività. La Fotografia ha ancora bisogno della sua esperienza, cultura e sagacia.

Considerate le mie predilezioni, le mie origini e la mia espressività fotografica attuale, un altro aspetto che ho analizzato riguarda la presenza (assenza?) di fotografie a sviluppo immediato, che tanto hanno dato alla storia evolutiva del linguaggio fotografico e dell'espressività della fotografia d'autore. Anche se solo undici Gallerie (su novantasette!) hanno presentato opere uniche polaroid (oppure Fuji Instax), queste cifre non sono del tutto povere: diciamo che offrono spazio di crescita e miglioramento. Peggio non potrebbe certo andare.

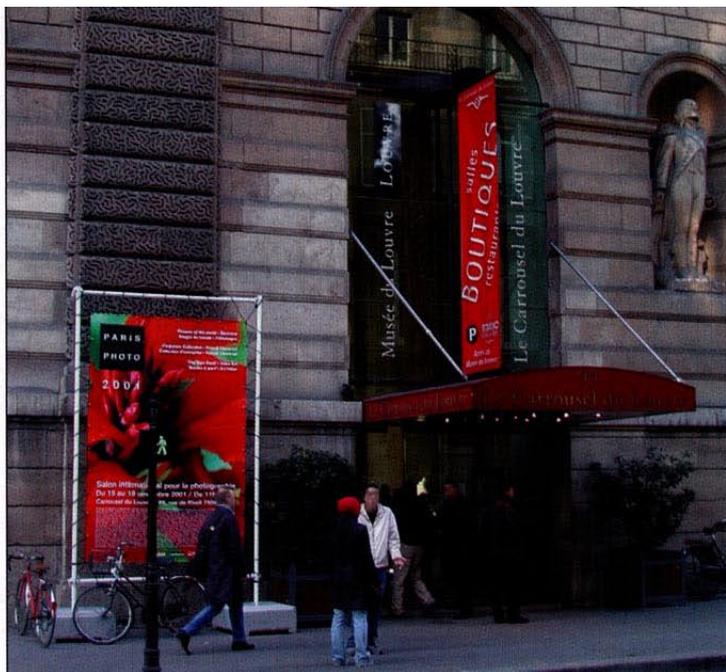
## CHE FARE?

Da Paris Photo, inteso come vetrina del mercato da coloro che intendono operare nell'ambito della fotografia d'autore, non si è ricavata una ricetta per entrare nell'Olimpo. Forse, la ricetta non è stata ancora redatta. Di sicuro, oltre i propri valori concreti, l'autore deve continuare ad essere un mondano frequentatore di luoghi e situazioni: deve stare dove e quando conta esserci e deve sapersi vendere. Che poi sia anche bravo e di valore, è spesso questione propria e non pubblica.

Non tutto è soltanto effimero, sia chiaro, ma i valori aggiunti sono noti. L'importante è quindi che l'autore li intenda proprio come tali: appunto valori aggiunti alla propria concreta e solida espressività. Fuori della scena, l'autore fotografo deve continuare a studiare, imparare, analizzare e progettare. Deve cercare nuove strade, nuovi modi, nuove tecniche. I soggetti, come dimostrato, sono sempre gli stessi (da centocinquanta anni abbondanti, per la fotografia; da migliaia, per l'espressione visiva), e la concorrenza è enorme.

Basti quantificare che le Gallerie di Parigi sono forse più frequentate da fotografi che vogliono proporsi che da probabili acquirenti. I galleristi sono essenzialmente commercianti, che normalmente non si atteggiano e non vogliono sostituirsi ai critici. Propongono e vendono quello che il mercato richiede, cioè gli autori conosciuti o che si segnalano per le proprie capacità, che non sono solo tecniche e artistiche, ma anche di contorno.

Non ci si illuda. Anche nel mercato dell'arte, della fotografia fine art, d'autore, o come diamini



ne la si voglia definire (per distinguerla dal mestiere, piuttosto che dal piacere), il marketing è fondamentale. Non tenerne conto può creare delusioni e amarezze, soprattutto perché gli investimenti personali possono risultare onerosi. In un mercato in sicura crescita, c'è spazio per tutti: per tutti quelli che ci credono, per tutti quelli che sono certi di avere qualcosa da esprimere, per tutti gli artisti autentici.

Una ultima dolente annotazione su Paris Photo 2001. Sono stati presentati solo quattordici autori italiani, e una sola galleria italiana vi ha partecipato: The Box Associati, via San Francesco da Paola 36, 10123 Torino (011-8134616, fax 011-8125935; [www.theboxassociati.com](http://www.theboxassociati.com), [info@theboxassociati.com](mailto:info@theboxassociati.com)). Troppo poco per una realtà che noi sappiamo essere di spessore e valore. Però, ribadiamo, oltre ai contenuti bisognerebbe anche imparare a dare una corretta visibilità alla forma, alla presentazione. Diamine: all'autopromozione.

**Beppe Bolchi**

**Esterno-interno.  
Ingresso e padiglioni  
espositivi  
di Paris Photo 2001.**