

**Giovanni Ruggeri**  
Giornalista pubblicista

## Fotografia on-line

Il ruolo centrale, se non preponderante, assunto dall'immagine nella nostra società risulta evidente in quasi tutti gli ambiti della vita quotidiana. Il flusso di immagini che ci raggiunge — dall'informazione al *marketing*, al rimodellamento addirittura dell'arredo urbano delle nostre città — evidenzia tutta l'ambiguità di questo «bombardamento immaginale» negli effetti, di vario segno e tendenza, che esso produce: virtuale contemporaneità ad eventi e contesti anche remoti, e insieme assuefazione immunizzante da coinvolgimenti e responsabilità che l'immagine potrebbe stimolare; esibizione esasperata di insistite singolarità, massificazione inconsapevole di criteri valutativi, ecc.

Il tema dell'immagine, declinato in quella sua variante maggioritaria che è la fotografia, risulta legato da un'intima solidarietà con l'universo di Internet e, più ampiamente, delle tecnologie informatiche. Digitalizzazione delle tecnologie di ripresa e diffusione telematica delle immagini costituiscono infatti un inedito e formidabile supporto operativo all'uso e alla manipolazione sociale di queste, con effetti diversi. Si va, ad esempio, dall'esponentiale diffusione di macchine fotografiche digitali (complice un

rapporto qualità-prezzo tecnicamente sempre più soddisfacente ed economicamente accessibile a tutte le tasche) all'altrettanto crescente dotazione e diffusione di dispositivi di ripresa nei telefoni cellulari (telefonino con fotocamera e videocamera), fino a un'interazione in tempo reale tra questi apparecchi e la rete Internet, che producono una già effettiva e molteplice possibilità di acquisire, localizzare e diffondere ogni sorta di immagini. Se da un lato ciò tende ad accelerare l'avvento del cosiddetto «Internet mobile» e la convergenza di telefono, fotocamera e Internet (peraltro da tempo annunciati), dall'altro rende possibile fenomeni inediti, che vanno dalle accresciute possibilità di scambio e partecipazione comunicativa (proprio con e attorno all'immagine) all'accrescimento indiscriminato e caotico di una pletera di immagini talora di scarso significato.

I siti che qui segnaliamo intendono soltanto esemplificare alcune possibilità operative e realtà sociali legate a questo fenomeno.

**<http://images.google.it>**

Questo noto sito merita di essere segnalato per la sua rappresentatività tipologica, complice anche l'enorme

massa di immagini — oltre 880 milioni — che permette di ricercare in Internet e visualizzare. Altri siti analoghi (come il portale <www.msn.it>) o specifici (tra i tanti, il ricco <www.pbase.com>) offrono un servizio simile, ma Google costituisce uno degli esempi più riusciti di versatilità e funzionalità nella ricerca di immagini. In un apposito campo di ricerca si inserisce il termine di cui si cercano le immagini, quindi una pagina dei risultati evidenzia le numerose anteprime trovate, consentendo di visualizzare l'immagine in questione nelle sue dimensioni originali, insieme alla pagina *web* che la contiene. Le immagini reperite da Google possono essere protette da *copyright*, e il motore di ricerca avverte l'utente che egli è autorizzato a utilizzare tale servizio al solo di scopo di visualizzare le immagini sul *web*.

#### <http://fotoalbum.foto.virgilio.it>

Sorta dapprima negli Stati Uniti, con siti come <www.flickr.com> (per il cui acquisto è recentemente sceso in campo nientemeno che il portale Yahoo!), la condivisione delle foto in Internet ha preso piede anche in Italia, come evidenzia l'area che a questo servizio dedica il portale Virgilio. «Foto album» — questo il nome del servizio — consente, con procedure molto semplici, di gestire e organizzare le proprie foto in album immessi anche in Internet: precisamente, in

album pubblici visibili a tutti i navigatori, e in album privati visualizzabili solo dall'utente o da coloro cui egli consentirà, mediante appositi codici, la condivisione. Integrazione di funzioni private («fotoritocco», stampa, classificazione, ecc.) e accessi pubblici costituiscono la novità e specificità di siti come questo, la cui funzione di socializzazione in una sorta di *photocommunity* (quali che ne siano profilo e carattere) risulta preminente. Le foto possono essere inviate al portale anche tramite telefono cellulare.

#### <http://photoblogs.org>

Dalla condivisione di immagini al proprio racconto del mondo mediante le immagini. Si può presentare in questi termini la differenza tra il sito precedente e i cosiddetti *fotoblog*, ossia siti — modificabili o meno anche da terzi — cui il rispettivo titolare affida il proprio racconto, testimonianza, cronaca, denuncia o qualsivoglia altra espressione, mediante immagini e fotografie. Quanto diffusa e diversificata sia questa pratica tra gli utenti della rete appare dalla rassegna di siti allestita da <photoblogs.org>, vero e proprio collettore il cui *database* segnala a tutt'oggi quasi 12mila *fotoblog*, relativi a 93 Paesi e 42 lingue. Nel *fotoblog* tutti i generi sono presenti: da *reportage* di fotografi professionisti a racconti fotografici di semplici dilettanti, da raccolte di immagini di carattere scientifico a private testimonianze di eventi vari.

#### [www.photocity.it](http://www.photocity.it)

L'ambito in cui si colloca questo sito è esplicitamente ed esclusivamente legato al *business*, o quanto meno al commercio. Il diffondersi delle tecnologie digitali, lungi dal mandare in soffitta la tradizionale foto su carta stampata, ha stretto



con questa un solido patto: selettività e qualità di stampa in cambio di economicità di costi. Si stanno così diffondendo siti che, a prezzi molto convenienti, soprattutto a fronte di alti quantitativi, consentono di richiedere e pagare *on-line* stampe di fotografie digitali, poi recapitate a domicilio da un apposito servizio postale. Tra i diversi operatori italiani, anche <[www.pixdiscount.it](http://www.pixdiscount.it)> e <[www.pixbuster.com](http://www.pixbuster.com)>.

#### **www.fotoinfo.net**

Titolare di questo sito è l'Associazione Italiana Giornalisti dell'Immagine, associazione di fotografi indipendenti che si propone di promuovere la tutela professionale, l'aggiornamento tecnologico e gli interessi culturali dei suoi soci, mirando in particolare a valorizzare la figura del fotografo che lavora nell'informazione, promuovere la cultura fotografica attraverso incontri e studi, favorire l'aggiornamento professionale sull'uso delle nuove tecnologie, quindi lo studio delle problematiche fiscali e giuridiche e della normativa sul diritto d'autore. Si tratta insomma di un classico sito- vetrina di una seria associazione di settore, utile come tale a cogliere questioni e problemi specifici di quanti con l'immagine lavorano, non di rado con scopi informativi: il fotogiornalismo, appunto.

#### **www.contrasto.it**

Il sito dell'Agenzia Contrasto, una delle più qualificate a livello di produzione professionale di immagini (foto d'autore e fotogiornalismo di qualità), costitui-



sce un interessante punto di partenza per conoscere come lavora un soggetto commerciale, ma prima ancora professionale, di questo tipo, e, grazie a un'ottima pagina di *link*, offre anche un efficace colpo d'occhio su analoghi soggetti attivi a livello mondiale (Magnum Photos, Reuters, Réa, ecc.). Il sito rappresenta inoltre diversi archivi per la selezione di immagini di raccolte interessanti per usi editoriali e pubblicitari.

#### **www.gri.it**

Internet a servizio di quanti si dedicano, in modo amatoriale, ma serio, alla fotografia. È il senso e il profilo di questo apprezzabile sito gestito dal Gruppo Ricerca Immagine di Brescia che si propone come istituto di ricerca, documentazione e informazione nel settore dell'immagine. Il sito risulta di significativo interesse perché, accanto a una sezione di servizio per il Gruppo, costituisce una sorta di enciclopedia della fotografia, dalla storia di questa tecnica espressiva ai suoi sviluppi tecnico-operativi, dai segreti per realizzare uno scatto ben fatto alle declinazioni e applicazioni didattiche della fotografia.