

---

# LA FOTOGRAFIA NARRATIVA AI TEMPI DI INSTAGRAM

---

Il bisogno di uno storytelling social



Università di Pisa  
Dipartimento di Filologia, Letteratura e Linguistica  
Corso di Laurea Magistrale in Informatica Umanistica

Seminario di cultura digitale  
Docenti: Enrica Salvatori, Maria Simi  
A.A. 2015-2016

Marina Sedioli  
Matricola: 540641

# INDICE

## INTRODUZIONE

Capitolo 1 – La fotografia incontra il mondo dei social network

1.1 – Il bisogno (dis)umano di fare foto

1.2 – Instagram: la necessità di fotografare e condividere

Capitolo 2 – Uno storytelling social

2.1 – Dall’album fotografico al diario social

2.2 – Medicina narrativa: “nothing\_to\_worry\_about”

2.3 – “trevlee” e le foto racconto nello Yosemite Park

Capitolo 3 – Un esempio di narratività fotografica sotto forma di epistolario

3.1 – “HeyHarryHeyMatilda”: il primo libro di Instagram

Capitolo 4 – “Il momento decisivo” dello scatto nella miriade di foto scattate

4.1 – “Il momento decisivo”

4.2 – Il formato “Polaroid”: digitale e analogico si incontrano

## CONCLUSIONI

## BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

## INTRODUZIONE

Come ci si salva dalla miriade di foto che ogni giorno contribuiscono a riempire la memoria di smartphone, computer e hard disk esterni? Nell'epoca del digitale, di una tecnologia sempre più avanzata e alla portata di tutti, di un mondo di social network in espansione, fare fotografie e pubblicarle online alla mercé di chiunque può permettere di raccontare un punto di vista fotografico alla stregua di fotolibri e mostre in loco? Si può parlare di fotografia narrativa all'interno di un social network fotografico?

Queste sono alcune delle domande che mi sono posta di fronte al tema della fotografia narrativa e al suo possibile riscontro su Instagram, social network di cui faccio uso in prima persona.

Riportando alcuni profili di *instagramers*, ovvero utenti Instagram, a mio avviso esemplificativi, ho cercato di dimostrare la possibilità che una piattaforma come Instagram dona a fotografi professionisti e non nel condurre una scelta stilistica di percorso fotografico narrativo. Uno storytelling fotografico social è possibile se si ha ben chiaro, in mente, un progetto da perseguire: che sia medicina narrativa, che sia il racconto di un'esperienza di vita o addirittura che sia la stesura di un libro, l'importante è che la fotografia riesca ancora a trasmettere qualcosa e che riesca a farlo anche grazie all'associazione di immagini e parole. Qui sta la potenza di Instagram: dar voce a tutti, in un mondo social, attraverso i propri scatti, salvaguardando il valore della fotografia dalla caducità dell'accumulo di file su disco.

# Capitolo 1 – La fotografia nel mondo dei social network

## 1.1 – Il bisogno (dis)umano di fare foto

*“Basta che cominciate a dire di qualcosa: “Ah che bello, bisognerebbe proprio fotografarlo!” e già siete sul terreno di chi pensa che tutto ciò che non è fotografato è perduto, che è come se non fosse esistito, e che quindi per vivere veramente bisogna fotografare quanto più si può, e che per fotografare quanto più si può bisogna: o vivere in modo quanto più fotografabile possibile, oppure considerare fotografabile ogni momento della propria vita. La prima via porta alla stupidità, la seconda alla pazzia.”<sup>1</sup>*

La citazione trascritta sopra è tratta dalla novella “L’avventura di un fotografo” di Italo Calvino. Il racconto contenuto all’interno della raccolta “Gli amori difficili”, precedentemente, nel ’55, era stato pubblicato dall’autore in un articolo saggistico intitolato “La follia del mirino”: rappresentativamente questo primo titolo sintetizza chiaramente l’idea calviniana dell’uso fotografico che si fa folle, sfumando in una sorta di abuso fotografico. Quello che Calvino presenta è un panorama in cui la smania di fotografare ha preso il sopravvento sul semplice e puro godimento di un avvenimento, di un momento, di una visione. Ogni cosa *deve* passare attraverso l’obiettivo della fotocamera, quasi come certificato per l’esistenza stessa di tutto il fotografabile, come garanzia certa di averne per sempre il ricordo a portata di mano e memoria. La follia poi si palesa nell’espressione di una confusione vitale tra realtà e fotografia. Non è forse che fotografando tutto si arrivi a credere più alla bellezza della foto che a quella del soggetto reale?

*“-... Perché una volta che avete cominciato, - predicava - non c’è nessuna ragione che vi fermiate. Il passo tra la realtà che viene fotografata in quanto ci appare bella e la realtà che ci appare bella in quanto è stata fotografata, è brevissimo.”*

La novella di Calvino, benché scritta più di un cinquantennio fa, risulta tuttora attuale e forse, anzi, viene da pensare che essa abbia trovato nel nostro millennio la sua piena espressione.

Volgendo lo sguardo verso l’evoluzione della fotografia nel corso del Duemila, senza soffermarsi sul tipo di tecnologia e sulle tecniche adottate professionalmente da fotografi esperti, quanto piuttosto sui mezzi di produzione, salvataggio e diffusione a portata pubblica, ci si introduce nel mondo dei social network. Siamo oggi in un mondo popolato da un’infinità di fotografi: la passione per la fotografia assieme all’ormai consolidato affermarsi del digitale ha coinvolto sempre più

---

<sup>1</sup> Italo CALVINO, *Gli amori difficili*, da “L’avventura di un fotografo”, Mondadori, Milano, 2016, p. 47.

persone, avvicinandole a questa tipologia d'arte. Le aziende del settore corrono al passo coi tempi dell'innovazione mettendo quotidianamente sul mercato prodotti sempre migliori, dalle fotocamere ai software, dalle attrezzature all'oggettistica di corredo, alimentando il coinvolgimento di appassionati di fotografia. Attualmente ciò che si percepisce sia nel campo dei professionisti che tra il vasto insieme di fotografi amatoriali è però in primo luogo la volontà di condividere e mostrare le proprie fotografie anche ad altre persone, non solo agli amici o ai familiari, ma a tutti coloro che vogliono ammirarle. È per questo scopo che nascono i social network appositamente dedicati alla creazione di gallerie fotografiche per la diffusione e la libera esposizione dei propri prodotti artistici. Essi diventano, quindi, la cornice che inquadra il fenomeno sempre più in crescita del bisogno dis-umano di fare foto.

Tra i più rinomati, nonché più utilizzati, si possono citare Instagram, Flickr e 500px. Sul primo vado a concentrare la mia attenzione nei prossimi capitoli, essendo in prima persona iscritta al social come *instagramer* e avendo quindi materiale a disposizione per un'analisi attenta della fotografia in tale canale di comunicazione. Per quanto riguarda gli altri due social citati, invece, si può stendere una breve descrizione per capire di cosa si parla. Flickr è forse il più celebre tra i social network fotografici. A dimostrazione di ciò alcuni numeri: più di 50 milioni sono gli utenti registrati, oltre 80 milioni il numero di visitatori al mese e nel quantitativo numerico dei miliardi le immagini ospitate. Iscrivendosi a Flickr si ottiene uno spazio virtuale atto alla conservazione di scatti fotografici in successione (*photostream*). Le foto di ogni iscritto possono personalmente essere organizzate per temi (*set*) e più set simili possono essere a loro volta organizzati in *collection*. Due sono gli elementi fondamentali, necessari a incoronare Flickr sull'Olimpo dei social network fotografici: la possibilità di utilizzare *tag* e quella di iscriversi a gruppi. I tag sono anche in questo ambito le "etichette" che delineano le caratteristiche principali di un'immagine, ad esempio il soggetto, il luogo, lo stile. Essi permettono ai membri della community di ritrovare nel minor tempo e col minimo sforzo tutte le fotografie abbinate ad un dato tag in una sorta di album virtuale. I gruppi di Flickr sono poi il secondo strumento più potente: uniscono foto e appassionati di un determinato argomento specifico. Si distinguono per temi che spaziano dalla normalità (ad esempio foto relative a una specifica città) alla particolarità più assurda (ad esempio l'uso di una particolare macchina fotografica a pellicola, fuori produzione e retrò). L'altro social citato, 500px, è uno spazio social più consono a fotografi professionisti, o perlomeno di qualità, piuttosto che a fotoamatori. Qui le immagini sono presentate a grandi dimensioni accompagnate da una presentazione contenente informazioni tecniche precise e da indicatori che ne testimoniano la qualità. Due funzioni che lo differenziano dagli altri social di fotografia e ne determinano l'unicità sono: l'esistenza di un sottodominio dall'indirizzo "nomeutente.500px.com" in cui viene

creata automaticamente una fotogallery con le immagini condivise e la possibilità di usufruire di un vero e proprio blog all'interno del proprio profilo.

## **1.2 – Instagram: la necessità di fotografare e condividere**

Instagram è un social network fotografico di proprietà di Facebook che permette di utilizzare la fotocamera del proprio smartphone per scattare foto o registrare brevi video e condividerli con la community di *instagramers*. Pur essendo uno dei più popolari al momento, a livello amatoriale ma non solo, esso non è fruibile ufficialmente in versione browser, ma solamente tramite applicazione per sistemi iOS o Android, quindi esclusivamente attraverso smartphone. È comunque possibile visualizzare Instagram da computer al sito ufficiale “[www.instagram.com](http://www.instagram.com)”, nonostante il caricamento e la gestione dello stesso in termini di informazioni personali e modifiche rimangano esclusiva dell'app mobile. Per quanto riguarda la fotografia in sé, gli utenti possono scattare foto, dalla qualità sufficientemente discreta, direttamente con la fotocamera del proprio cellulare e caricarle istantaneamente nell'app, gestendole a proprio piacimento con modifiche abbastanza creative in modo semplice e perfetto per gli appassionati meno esigenti. Le fotografie possono essere scattate direttamente dall'app o recuperate dalla galleria, già in memoria nello smartphone. Questo secondo metodo, molto diffuso, permette di condividere con la community fotografie anche scattate in tempi remoti e riportate alla luce per essere pubblicate attraversando la fase di “fotoritocco” in cui son presenti sia effetti, dai nomi preimpostati, che la possibilità di regolare aspetti come luminosità, saturazione, calore e altri elementi. La filosofia con la quale è costruito Instagram si esprime in un'ottica di immediatezza e semplicità: pochi passi veloci e semplici, per la soddisfazione dell'incessante desiderio dell'utente di condividere fotografie su fotografie. È interessante notare, però, che numerosi sono anche gli utenti professionisti che decidono d'isciversi al social e sfruttarne la popolarità per estendere la propria fama, superando i limiti degli obiettivi delle macchine fotografiche installate negli smartphone. Essi infatti procedono al caricamento di quelle fotografie scattate precedentemente con fotocamere reflex e poi trasmesse tramite memoria dal mezzo di produzione a quello di diffusione: lo smartphone assume in tal senso il solo ruolo di canale di trasferimento delle immagini.

La peculiarità maggiore di Instagram è quella di condividere i contenuti su numerosi altri social, come: Facebook, Foursquare, Tumblr, Flickr, ecc. Ogni utente può, poi, decidere di consentire a chiunque altro di accedere alla propria galleria di foto o di rendere privati i contenuti condivisi (nel secondo caso per accedervi sarà quindi necessario inviare una richiesta di accettazione).

Il punto di forza di Instagram è la possibilità di utilizzare su una foto o un video un hashtag, alla stregua di Twitter, composto dal simbolo del diesis, “#”, seguito da un termine o un insieme di

parole, che rimanda ad un album virtuale, il quale raccoglie tutti i contenuti che diversi utenti hanno pubblicato con lo stesso hashtag. Questo modo di operare del social rende l'insieme delle persone che lo utilizzano parte di una comunità. La necessità di mettere in mostra le proprie esperienze di vita con la community è sempre più grande. Di fatti esistono veri e propri hashtag popolari, divenuti tali grazie alla numerosa condivisione che ne fanno gli utenti nel momento in cui fotografano un determinato evento. Ne sono esempio i vari hashtag, a livello nazionale, che raccolgono le foto di determinate città scrivendo semplicemente “#visit” più il nome del luogo: #visitfirenze, #visitmilano, #visitroma, o anche più in generale, a livello internazionale, l'hashtag #visititaly, condiviso da numerosi turisti in viaggio in Italia. Alla stessa maniera anche gli abitanti dei luoghi condividono le proprie foto sotto l'hashtag “#igers” più il nome della città, dove “igers” sta per “utente di Instagram”. Tutto questo accanimento nel condividere marcando con hashtag le proprie foto cosicché non solo esse esistano nella propria galleria, ma siano facilmente rintracciabili dagli altri utenti interessati allo stesso soggetto fotografico, inquadra sempre meglio la volontà di sentirsi fotografi e di essere visualizzati e apprezzati dalla community.

Il lato sociale di Instagram è molto intenso, praticamente degno contendente di scettro con Flickr, avendo un numero di iscritti molto alto, oltre la decina di milioni. Il meccanismo che regola le interazioni sociali avviene in un modo che pare trarre spunto sia da Twitter che da Facebook: le foto sono visibili a tutti gli iscritti a Instagram di default (a meno che come si diceva non si scelga di privatizzare il proprio profilo); inoltre chiunque possa visualizzare le fotografie, può anche lasciare un commento o cliccare il simbolo di un cuore dal significato di apprezzamento (il “mi piace” di Facebook). Non si possono però scaricare o condividere le foto di altri utenti, se non attraverso mezzi alternativi come app di “repost” che permettono di condividere foto di altri, citandoli con un tag in didascalia, o con l'uso, ingestibile e incontrollato, di uno screenshot e la conseguente ripubblicazione dell'immagine o il salvataggio nella propria galleria. Quest'ultima tecnica, a dimostrazione che nessuna foto è al “sicuro” una volta condivisa sulla piattaforma e che chiunque può accedervi, può permettere che la foto una volta salvata venga riutilizzata.

Instagram è un'app molto in voga soprattutto nel target di pubblico giovanile: si parla di utenti tra i 14 e i 30 anni, con un'intensa attività quotidiana nella media dei 20. Le moderne tecnologie, con la presenza di fotocamere installate automaticamente in ogni cellulare dalle caratteristiche ormai sempre più elevate, permettono ad ogni persona di scattare foto in continuazione. Sembra che il prototipo del fotoamatore descritto nella novella di Calvino nel paragrafo iniziale sia diventato l'assoluta normalità nel quotidiano, dove le persone sentono il bisogno costante di immortalare qualsiasi cosa abbiano davanti, da un paesaggio a un piatto di cibo:

*“[...] solo quando hanno le foto sotto gli occhi sembrano prendere tangibile possesso della giornata trascorsa, solo allora quel torrente alpino, quella mossa del bambino col secchiello, quel riflesso di sole sulle gambe della moglie acquistano l'irrevocabilità di ciò che è stato e non può esser più messo in dubbio. Il resto anneghi pure nell'ombra insicura del ricordo.”<sup>2</sup>*

Pare infatti che se qualcosa non è fotografato non abbia valore o perlomeno ne abbia meno in mancanza di una testimonianza tangibile. Oltre poi alla constatazione dell'accaduto, i social come Instagram suscitano negli utenti il desiderio di mostrarsi e mostrare al mondo i propri scatti alla ricerca di consensi e apprezzamenti. È una sorta di “malattia” inarrestabile della condivisione e dell'affermazione sociale sotto forma di fotografie e video. La fotografia digitale passa attraverso il social network di Instagram come puro oggetto per sentirsi parte di una comunità, perdendo forse nella maggior parte dei casi il valore della singolarità dello scatto. La regola che vige sembra infatti basata sul concetto per cui la quantità è meglio della qualità, contrariamente al pensiero basilare per la fotografia professionale per cui la qualità sta proprio nello scatto perfetto, unico.

In un simile panorama sorgono spontanee alcune domande: può la fotografia all'interno di un social network raccontare ancora qualcosa, tanto da poter rientrare nella definizione di fotografia narrativa? Nella miriade di scatti che invadono una piattaforma come Instagram si possono creare percorsi tematici che alla maniera di una mostra o di un fotolibro narrativo siano in grado di appassionare, stimolare e trasmettere sentimenti? A queste domande cercherò di dare una risposta nei prossimi capitoli, secondo un'analisi di ciò che ho recuperato tramite ricerche per mezzo del mio profilo Instagram.

---

<sup>2</sup> Italo CALVINO, *Gli amori difficili*, ivi, p. 44.

## Capitolo 2 – Uno storytelling social

### 2.1 – Dall’album fotografico al diario social

Quando la fotografia era analogica creare album fotografici era “quasi” dovuto: ogni rullino giunto all’ultimo scatto doveva per forza esser donato al fotografo che nella camera oscura del proprio negozio portava alla luce le stampe fotografiche. Inevitabile era quindi il riscontro con il prodotto “cartaceo” e il bisogno di conservarlo in un luogo sicuro, preservandolo dal trascorrere del tempo. Col passaggio alle fotocamere digitali, all’inizio del Duemila, affiorò la possibilità di “salvare” i propri scatti all’interno di memore portatili ed esportarli all’interno del computer, salvandoli su disco o comunque su memorie digitali. Con l’avvento di questo tipo di tecnologia, adattabile agli sviluppi dell’informatica, iniziarono a scomparire gli album; la gente accumulava file di foto all’interno dei proprio computer e alle pareti di casa venivano appese sempre meno riproduzioni a stampa. Gli album non erano più l’elemento a cui si pensava inevitabilmente parlando di fotografia, certamente non scomparirono dalla circolazione, solo si tendeva a riempirne molti meno rispetto al recente passato.

D’altra parte, però, negli ultimi anni una sorta di malinconia generale ha iniziato a pervadere gli animi delle persone; difatti solitamente quello che si recepisce quando si tratta il tema della fotografia e della mancanza di stampe, in una conversazione tra amici, è un generale senso di perdita del contatto fisico con la foto e l’agonia, un senso di smarrimento, di fronte all’idea che infinite quantità di file si stiano lentamente accumulando all’interno di una memoria informatica. Quello che si può percepire è, collegandosi ancora una volta a uno dei temi di fondo della novella di Calvino, un riconosciuto senso di paura di perdere il ricordo se non lo si fotografa, ma accomunato allo stesso tempo all’ansia di aver troppi scatti inutili e mai più visualizzati, tanti al punto che quasi risulta impossibile, a posteriori, esercitare un ripensamento scegliendo quali salvare e quali eliminare.

La giornalista Irene Bonino in un articolo pubblicato su Wired Italia nel 2014 in merito all’argomento del sovraffollamento fotografico scriveva:

*“Mia figlia ha otto mesi e migliaia di foto. Messe una dietro l’altra, raccontano qualcosa di ogni giorno della sua vita. Magari le farà piacere averle, quando sarà grande e non ricorderà niente di questo periodo. Magari invece non le importerà, ma sono solo file e non ingombreranno il salotto come i vecchi album. Un po’ le scatto per lei e un po’ per me, perché non voglio dimenticare nemmeno i dettagli. Ma i dettagli sono tanti e le foto*

*tantissime.*

*Troppe? ”<sup>3</sup>*

Il diffondersi degli smartphone e quindi la conseguente presenza di una fotocamera alla portata di tutti non ha fatto che aumentare drasticamente il numero di foto scattate dalle persone. Il surplus fotografico in qualche modo ha favorito la nascita dei social network appositi. Se le foto non sono più stampate, se il loro accumularsi appare inutile e dispersivo, l'esigenza di trovare una soluzione che permetta di conservare e poter aver libero accesso in modo veloce ai propri scatti, assieme al desiderio di poter ancora mostrare le proprie foto a conoscenti e non, come sfogliando le pagine di un album, si fanno argomento vivo. È in un'ottica simile che Instagram prende piede, suscitando il passaggio dall'album fotografico al diario social con pubblicazioni "live".

In un recente articolo pubblicato ancora una volta nella pagina web italiana di Wired, Gabriele Naia scrive in merito:

*“[...] l'app creata da Kevin Systrom e Mike Krieger<sup>4</sup> ha sganciato la fotografia dalla forma narrativa dell'album (retaggio della fotografia analogica e dei rullini), per restituirle la sua vera forza: la capacità di bloccare un istante. Prima di Instagram raccontavamo gli eventi a posteriori, con lunghe carrellate di immagini (pensiamo a Flickr). Oggi lo facciamo live, con scatti singoli realizzati e condivisi subito dopo.”<sup>5</sup>*

La forma narrativa dell'album cartaceo sembra scomparire nel digitale per lasciare il posto a un racconto virtuale che si crea e si evolve istante per istante. Non è una costruzione a posteriori, avendo alla mano le stampe di momenti passati, ma un racconto che si modella sulla quotidianità: si sa quali foto si è pubblicato ieri e i giorni prima, non si sa cosa si pubblicherà domani.

Eppure questo aspetto di Instagram non è sempre realistico. Esistono difatti numerosi profili che fanno della narritività il loro motivo d'esistenza, ricorrendo alle tecniche dello storytelling nell'unione potente di immagini e parole. La marcia in più di Instagram sta nella possibilità di avere due dimensioni, diacronica e sincronica, contemporaneamente: sfogliando il diario si può costruire un percorso narrativo che immagine per immagine è improntato al racconto di qualche cosa. Allo stesso tempo però ogni foto vive nell'eterno presente dell'istante in cui è scattata, raccontando quel momento puntuale, preciso. È una doppia forza evocativa quella che si genera da questa forma di storytelling social: il racconto nel tempo e il racconto nel presente.

Nei prossimi paragrafi metterò in evidenza alcuni esempi di profili che fanno di questa forma di narrazione fotografica il motivo di iscrizione al social Instagram, ottenendo ampi consensi e un

---

<sup>3</sup> *Wired Italia*, <<http://www.wired.it>>, ultima cons. 13.06.2016, s.v. “*Nell'era digitale fotografiamo di tutto, ma quante immagini meritano l'album della memoria?*”.

<sup>4</sup> Fondatori di Instagram.

<sup>5</sup> *Wired Italia*, ibidem, s.v. “*Quadrata o no, Instagram ha cambiato la fotografia*”.

numero di seguaci sempre maggiore, a dimostrazione che le persone vogliono ancora farsi raccontare storie e partecipare attivamente alla creazione delle stesse.

Fin dai tempi preistorici gli esseri umani hanno amato raccontare storie e farsele raccontare e, tramite queste, hanno costruito la propria cultura. La necessità di raccontare storie nasce dal bisogno umano di condividere emozioni e sentimenti, così da entrare in empatia con chi ascolta. Una buona narrazione, infatti, è proprio quella che riesce a convincere non solo la mente, ma anche il cuore.

Al giorno d'oggi, inoltre, sentirsi parte di una comunità è un bisogno percepito dalla maggioranza delle persone, soprattutto giovani. I social network si prestano molto bene a questo scopo, poiché permettono alle persone di interagire fra loro sul web, creando confronti, momenti di discussione e facendo ampliare loro la propria rete di conoscenze.

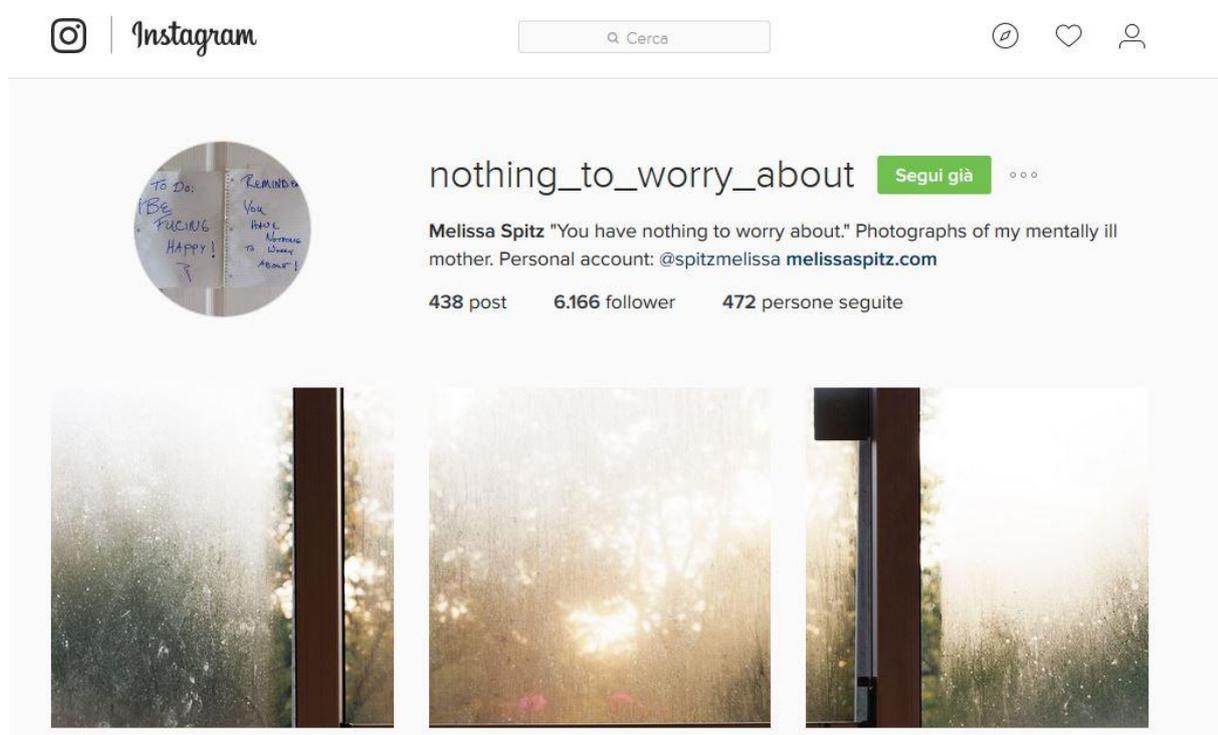
Seguendo una persona e partecipando attivamente alla pubblicazione dei suoi momenti nel corso della giornata si crea un legame affettivo e di fiducia con essa. Riuscire a coinvolgere gli utenti con una narrazione fotografica che si fa giorno per giorno, in una mare indistinto di fotografie pubblicate, non è cosa semplice, ma con un filo logico nella condivisione degli scatti, un tema narrativo e delle fotografie accattivanti si può. E si può soprattutto arrivare a più gente quasi che attraverso una mostra fotografica, proprio grazie alla caratteristica principale di Internet di non avere sede fisica e limiti di diffusione.

## **2.2 – Medicina narrativa: “nothing\_to\_worry\_about”**

Il primo profilo Instagram che vado a presentare tratta il tema della narrazione fotografica nell'ambito della medicina. Melissa Spitz, fotografa di professione, sfrutta la sua arte per raccontare la malattia mentale della madre. Siamo qui di fronte a un esempio di medicina narrativa che fa uso del potere congiunto di immagini e social media: la malattia si può raccontare attraverso un mezzo come Instagram? La risposta sembrerebbe essere più che affermativa, osservando il profilo registrato sotto il nome di “nothing\_to\_worry\_about”. In questo caso il racconto assume due significati: uno di trasmissione di informazione tramite racconto a chi se ne appassioni e decida di seguire il progredire della malattia della donna nelle foto della figlia, uno di presa di coscienza in prima persona da parte della ragazza e della madre. La vera sfida della ragazza è quella di riuscire a parlare di malattia mentale, in un mondo che ha sempre cercato di lasciarla in secondo piano e metterla a tacere. L'approccio è totalmente rivoluzionario rispetto alla volontà passata di allontanare i pazienti psichiatrici dalla società, nei manicomi, o anche rispetto alla scelta discutibile delle teorie farmacologiche odierne per cui al paziente si impedisce di raccontare la propria storia come atto per la reintegrazione in società. Un mezzo come Instagram dà la possibilità di

considerare la persona con malattia mentale in primo luogo come persona, dunque portatrice di uno specifico mondo interiore, con i propri significati, le proprie emozioni, la propria sofferenza. Ascoltare e raccontare le storie di chi soffre di un disturbo psichiatrico significa innanzitutto rompere definitivamente l'isolamento.

Melissa posta sul social foto della madre durante momenti della giornata: dal risveglio, all'uscita a fare shopping, mentre si trucca, mentre fuma. Ogni foto, solo ammirandola, esprime qualcosa. Abbinandola poi a una didascalia dalla forma semplice, breve e incisiva, lascia intendere il pieno significato dello scatto.



6

Le immagini sono insieme realistiche e teatrali, crude e speranzose, nell'alternarsi della malattia e delle risposte emotive della figlia. Il progetto su Instagram ha permesso di costruire un tipo di relazione nuovo tra figlia e madre, un rapporto più intimo che spinge la stessa madre in prima persona a chiedere alla figlia di essere fotografata. È come una conversazione narrativa tra madre-malata e figlia-caregiver che, rompendo l'isolamento, colma le distanze.

La domanda che può sorgere spontanea davanti a un'idea simile è: perché scegliere di raccontare un tema così forte e complesso, come una malattia mentale, su Instagram, un mezzo aperto quindi a un pubblico indefinito e vasto? La risposta si può ricavare da vari commenti alle foto in cui Melissa ha più volte dichiarato che lo scopo del suo progetto è quello di lasciare una traccia, una

---

<sup>6</sup> L'immagine è uno screenshot che ho realizzato attraverso il mio profilo Instagram dalla visualizzazione via browser in data 14.06.2016. Eventuali cambiamenti di numeri possono apparire se si visualizza il profilo in una data posteriore.

testimonianza reale, della complessità della malattia mentale. Da quanto si può notare nell'immagine inserita sopra, il numero dei *follower*, ovvero le persone che seguono il profilo costantemente, è nell'ordine delle migliaia (6166). Non è sicuramente un numero elevato per definire il profilo uno dei più rilevanti all'interno del social network, ma dimostra comunque di aver suscitato interesse in un numero sostanzioso di persone, se si pensa che solitamente i follower di una persona comune che non mira a voler apparire raggiungendo il più vasto numero di utenti possibili, si aggirano sulle centinaia.



nothing\_to\_wor... [Segui già](#)

Piace a 132 persone 11 sett.

nothing\_to\_worry\_about Live from Mom's -  
"Well you told me not to get dressed!"  
#youhavenothingtoworryabout #mom  
#nopants #smoking #mentalhealth  
#welcomehome #missouri

kdarling @nick\_scrimenti

Aggiungi un commento...

7

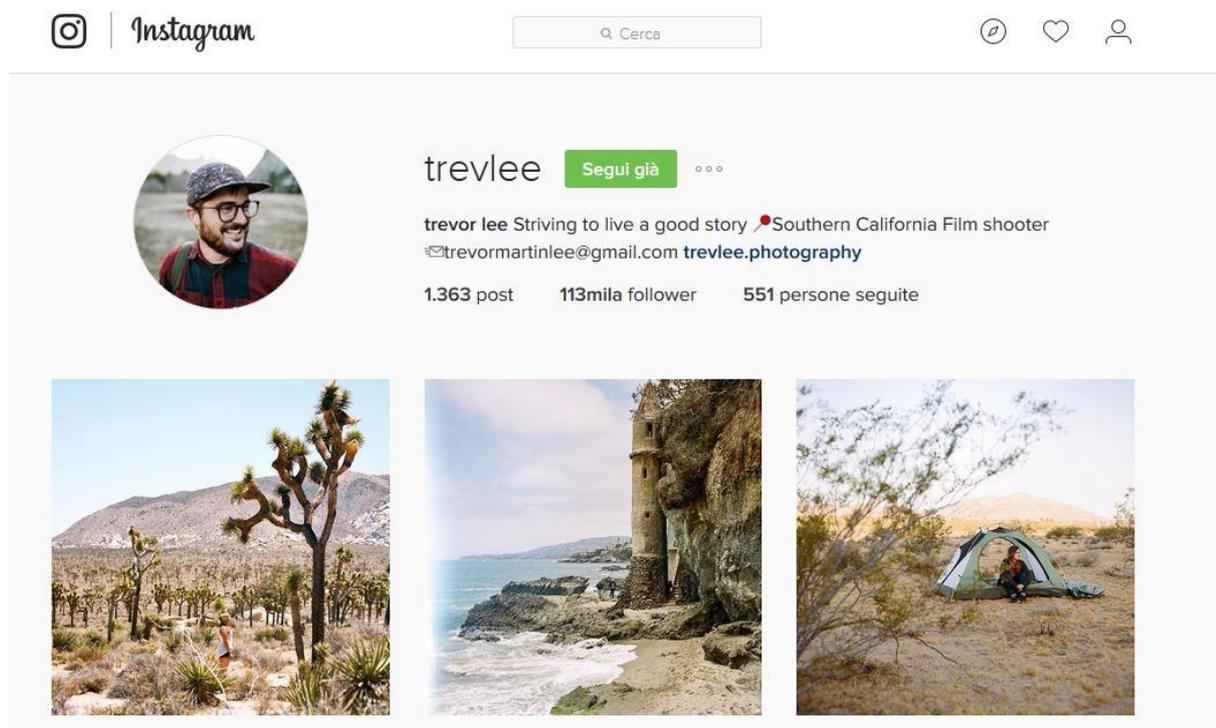
Lo storytelling di Melissa entra nel campo della medicina narrativa come terapia e risorsa, deviando dal consueto pensiero della narrazione curativa legato a scrittura o oralità, ma focalizzandosi sulla potenza narrativa delle fotografie. Instagram unisce differenti tipologie di comunicazione, con un linguaggio specifico in cui la componente visiva svolge il ruolo più importante: tramite la fotografia si viene attratti da un profilo, in primo luogo, poi attraverso le parole, in aggiunta, si entra nel mondo dello storytelling social. Attraverso la creatività si possono

<sup>7</sup> L'immagine è uno screenshot che ho realizzato attraverso il mio profilo Instagram dalla visualizzazione via browser in data 14.06.2016. Eventuali cambiamenti di numeri possono apparire se si visualizza il profilo in una data posteriore.

dunque raccontare storie di malattia, cercando di condividere esperienze, di portare testimonianze e di riuscire a sentirsi meglio.

## 2.3 – “trevlee” e le foto racconto nello Yosemite Park

Trevor Lee è un ragazzo americano, fotografo professionista, che qualche anno fa ha vissuto un’esperienza intensa, della durata superiore ai due anni, all’interno dello Yosemite Park, negli Stati Uniti occidentali.



Egli, come moltissimi altri utenti di Instagram, ha deciso di utilizzare il social per condividere gli scatti di momenti significativi della sua avventura: paesaggi, persone incontrate, se stesso impegnato in qualche attività nel parco, sempre accompagnati da descrizioni riguardanti l’immagine e le sensazioni vissute.

Le foto, scattate con macchine fotografiche professionali e passate successivamente su smartphone per il caricamento nel social, presentano una nitidezza e dei colori tali da attrarre e colpire l’attenzione di molti. A vedere dal numero di follower (113mila) Trevor pare sia riuscito, attraverso uno storytelling fotografico imperniato sulla narrazione di un’avventura di vita, a suscitare l’interesse di molti utenti. Sicuramente punto focale dell’attrazione sono le fotografie, con

<sup>8</sup> L’immagine è uno screenshot che ho realizzato attraverso il mio profilo Instagram dalla visualizzazione via browser in data 14.06.2016. Eventuali cambiamenti di numeri possono apparire se si visualizza il profilo in una data posteriore.

una qualità e rappresentazioni che nulla hanno da invidiare a mostre di fotografie a tema paesaggistico.



Come si può notare dallo scatto qui sopra, Trevor non si limita solamente a dare informazioni basilari riguardo alla fotografia, come luogo, ora, data, ma egli cerca anche di darne una descrizione sia visiva che tecnica, aggiungendo quasi sempre le proprie pressoché inesprimibili sensazioni nei confronti del paesaggio in cui vive. È uno storytelling social che coinvolge sempre più persone e le invoglia a seguire giorno per giorno le mosse del giovane in mezzo alle bellezze del parco, nonostante il suo messaggio sia chiaro:

*“[...] no photo does Yosemite justice, it's just something you need to experience in person to truly comprehend.”*

Dunque Instagram permette in questo caso di costruire un cosiddetto album della memoria in fieri: pubblicando foto testimonianze del presente si contribuisce a costruire, di giorno in giorno, pagine di diario pubbliche destinate a rimanere nell'unicità del racconto del passato.

---

<sup>9</sup> L'immagine è uno screenshot che ho realizzato attraverso il mio profilo Instagram dalla visualizzazione via browser in data 14.06.2016. Eventuali cambiamenti di numeri possono apparire se si visualizza il profilo in una data posteriore.

## **Capitolo 3 – Un esempio di narrativa fotografica sotto forma di epistolario**

### **3.1 – “HeyHarryHeyMatilda”: il primo libro di Instagram**

Rachel Hulin è una fotografa statunitense, che lavora per quotidiani di un certo spessore come il New York Times. La Hulin, di recente, ha dato vita a un progetto totalmente innovativo in ottica social media: dal 2014 ha iniziato a postare all'interno del profilo Instagram denominato “HeyHarryHeyMatilda” una serie di fotografie che hanno il compito di raccontare una storia. Harry e Matilda sono presentati come due fratelli che si scambiano mail (qui la forma epistolare della narrazione), riportate nella didascalia della foto, per parlare dei propri problemi quotidiani, di gioie e frustrazioni e di quell'insieme di sentimenti che pervadono la vita di due trentenni qualunque. Ci troviamo in questo caso di fronte al primo libro di Instagram: una commistione unica e creativa di fotografia e scrittura narrativa per raccontare storie. Fotografia e letteratura unite in un prodotto avvincente tutto da scoprire, quindi necessariamente da seguire per non avere lacune. Il progetto ha avuto una durata limitata a nove mesi: ogni foto con la rispettiva narrazione è divenuto un episodio che va a comporre il ciclo narrativo, scendendo anche in particolari intimi delle due vite.

Il progetto della fotografa americana è il primo esempio di capovolgimento dell'uso di Instagram. I risultati di feedback ottenuti premiano l'idea, alla luce di una onesta riscossione di successo. Non ci si stupisce di fronte a ciò poiché, come detto in precedenza, ogni utente di Instagram cerca nelle foto e nei profili altrui delle storie a cui appassionarsi. Il solo fatto che decidiamo di seguire blogger e personaggi famosi tramite il web definisce quanto sia importante rimanere aggiornati su ciò che accade nella vita di questi.

L'accoppiamento fotografia – narrazione letteraria suggerisce come l'abilità nel fare storytelling, anche attraverso mezzi social, sia il motore che permette di acquisire apprezzamento e consensi. Avere storie da raccontare e svilupparle in maniera creativa, tramite ad esempio la pubblicazione di foto nel caso di Instagram, pare essere l'innovazione utile a rivoluzionare l'uso dei supporti social digitali.

L'esperimento attuato dalla Hulin è inoltre fonte di ispirazione da una parte ai suoi fruitori, stimolati direttamente sia nell'immaginazione che nella creatività, dall'altra agli scrittori, in grado di comprendere, tramite le visualizzazioni, i “mi piace” e i commenti rilasciati, quali siano gli argomenti narrativi che le persone desiderano trovare e seguire sui social.



heyharryheymatilda Segui già ...

Matilda and Harry Goodman We are twins. This is our story. ///Created by Rachel Hulin @thehulin/// Coming from Doubleday in 2017 [www.heyharryheymatilda.com](http://www.heyharryheymatilda.com)

126 post   7.085 follower   245 persone seguite



10

Il mondo social che permea la vita di tutte le persone si trasforma sotto una nuova luce e si adatta ai gusti del lettore contemporaneo. Se inizialmente Instagram, così come i suoi fratelli social network Facebook o Twitter, si prestava poco alla narrazione di storie complete a causa di una certa resistenza degli utenti a perdere tempo leggendo lunghe descrizioni su piattaforme digitali, questo è il perfetto compromesso. La lettura che si unisce alla fotografia, due mondi creativi che si influenzano e dialogano all'interno dei social, si scambiano valore aggiunto senza svalutarsi. Questo è ciò che possiamo definire un ulteriore passo verso la Digital Social Innovation. La fotografia non perde il suo valore artistico, ma riceve qualcosa in aggiunta grazie alla parola.

---

<sup>10</sup> L'immagine è uno screenshot che ho realizzato attraverso il mio profilo Instagram dalla visualizzazione via browser in data 15.06.2016. Eventuali cambiamenti di numeri possono apparire se si visualizza il profilo in una data posteriore.

## Capitolo 4 – “Il momento decisivo” dello scatto nella miriade di foto scattate

### 4.1 – “Il momento decisivo”

Il 6 giugno 2016 è uscito nella sezione “Portfolio” del giornale “Internazionale”, su web, un post che presenta un progetto indetto dalla Magnum Photos, una delle più importanti agenzie fotografiche del mondo. Il titolo recita: “I momenti decisivi dei fotografi della Magnum<sup>11</sup>”.

Quello che prevede tale progetto è l’individuazione personale, da parte di alcuni fotografi appartenenti all’agenzia, di quello che definirebbero lo scatto, tra quelli effettuati in carriera, che meglio rappresenta in cuor loro un momento decisivo, spiegandone i motivi e come tale concetto abbia influito sia a livello etico che critico e pratico. Numerosi sono i fotografi che hanno accettato tale sfida.

Di fronte a una richiesta simile, fatta da un’agenzia specializzata nel campo ai suoi fotografi professionisti, mi sono chiesta come il precetto del “momento decisivo” si possa intendere all’interno dell’ambiente social, come esso si sia quindi evoluto all’interno di Instagram.

La teoria del “momento decisivo” nasce a metà anni Cinquanta dal genio di Henri Cartier Bresson. Fu proprio lui nel ’47 uno dei fondatori dell’agenzia Magnum. Quando Bresson scrive “Images à la sauvette”, tradotto nel mondo come “Il momento decisivo”, pone in rilievo uno dei concetti più influenti nella storia della fotografia, ovvero l’importanza di allineare allo stesso tempo mente, occhi e cuore per cogliere l’attimo perfetto in cui scattare la fotografia.

Egli stesso scrive:

*“Occorre stare sempre all'erta con il cervello, l'occhio e il cuore e avere agilità nel corpo. Le cose così come sono, offrono una tale abbondanza di materiale, che il fotografo deve trattenersi dalla tentazione di provare a fare tutto. È essenziale tagliare dal materiale grezzo della vita: tagliare e tagliare, ma con attenzione. Durante ogni istante di lavoro, il fotografo deve raggiungere una precisa coscienza di quello che sta cercando di fare. Talvolta si ha la sensazione di avere già scattato l'istantanea più significativa di una particolare situazione o scena, non di meno ci si trova a scattare impulsivamente, poiché non si può sapere in anticipo con esattezza come la situazione o la scena si svolgerà. Bisogna vivere in simbiosi con la scena, proprio per essere pronti nel caso in cui gli elementi della situazione dovessero di nuovo scaturire dal nucleo dell'azione.*

---

<sup>11</sup> Internazionale, <<http://www.internazionale.it>>, ultima cons. 15.06.2016, s.v. I momenti decisivi dei fotografi della Magnum.

*Contemporaneamente è essenziale evitare di usare la macchina fotografica come una mitragliatrice e di appesantirsi con immagini inutili che confondono la nostra memoria e appannano la coerenza del reportage.”<sup>12</sup>*

Il “momento decisivo” è il momento perfetto per il fotografo. Quello che, tra i vari scatti, egli sceglie di incoronare come il più rappresentativo di quella determinata situazione in cui si trovava a fare fotografie. Tale decisione può scaturire unicamente dall’animo del fotografo che si trova a contatto con la scena.

Ripensando alla fotografia narrativa all’interno dei social network, in particolare agli esempi citati, quello che si può affermare è che sicuramente fotografi professionisti come Melissa Spitz o Trevor Lee sembra abbiano ben presente il concetto di “momento decisivo” quando pubblicano una nuova fotografia. Difatti gli scatti sono sempre unici, espressivi e in grado di trasmettere la forza evocativa desiderata; qui si denota la differenza prioritaria con fotografi amatoriali che si approcciano a Instagram senza un particolare intento di storytelling social, i quali continuamente condividono fotografie a volte anche ripetitive, nell’incapacità di portare a termine una scelta preferenziale. Ciò che distingue i profili Instagram di chi ha qualcosa da raccontare (fotografia narrativa) scandendo giorno per giorno la narrazione, da quelli di chi vuole semplicemente avere uno spazio in cui salvare e condividere i propri scatti sta proprio nelle parole centrali della dichiarazione sopra citata di Bresson: *“Durante ogni istante di lavoro, il fotografo deve raggiungere una precisa coscienza di quello che sta cercando di fare”*. Per un uso di Instagram ai fini della costruzione di uno storytelling fotografico, l’utente deve avere in mente il motivo per cui sta compiendo tale lavoro e solo in quell’istante potrà riempire il proprio diario social di scatti rappresentativi del “momento decisivo” che va narrando.

## **4.2 – Il formato “Polaroid”: digitale e analogico si incontrano**

La questione del “momento decisivo” permette di ricollegarsi a un altro soggetto fotografico che da qualche anno a questa parte è tornato in auge: la fotocamera istantanea, o per metonimia la “Polaroid”.

In quel panorama di surplus fotografico, che si cercava di definire nel primo capitolo, va inserito il ritorno su mercato delle nuove fotocamere Polaroid o Fujifilm per istantanee. Questa tipologia di macchine fotografiche, di moda negli anni Settanta e Ottanta del Novecento, aveva visto con l’avvento del digitale e degli anni Duemila quasi una scomparsa totale, divenendo di fatto un oggetto vintage. Dal 2008, però, l’azienda Polaroid ha rimesso in commercio le proprie fotocamere

---

<sup>12</sup> Henri Cartier Bresson, *The decisive moment*, Simon and Schuster, New York, 1952.

con un innovativo sistema di stampa senza utilizzo di inchiostro. Attualmente sul mercato si trovano diversi modelli di fotocamere Polaroid o Fujifilm Instax e sempre maggiore è il numero di acquirenti, anche e soprattutto all'interno di un target giovanile. Un tale aumento delle compere di macchine in grado di produrre istantaneamente stampe fotografiche fa pensare alla volontà delle persone di sfuggire a quell'accumulo di file mai più riguardati e dispersi in memorie hard disk.

Dal 2010 a livello italiano esiste addirittura un social network specificatamente dedito alla condivisione di fotografie istantanee, "Polaroiders – Il network degli artisti instant italiani", fondato e diretto da Alan Marcheselli e Carmen Palermo. Al suo interno ad oggi vi sono quasi 2500 membri e la comunità è in costante crescita.

Il concetto più volte ribadito di immediatezza e desiderio di non perdere i momenti decisivi dell'occhio del fotografo si ricollegano ancora una volta alle medesime possibilità che un social network come Instagram pone ai suoi utenti.

Il formato Polaroid è, inoltre, alla base della grafica scelta da Instagram, a evidenziare quasi un passaggio di testimone dalla stampa istantanea alla condivisione live di scatti singoli immediatamente pubblicabili. Il layout della fotografia di Instagram prevedeva inizialmente un quadrato bianco contenente la fotografia scattata e una parte inferiore di didascalia: proprio come una polaroid. Gli ultimi aggiornamenti del social hanno permesso all'utente la possibilità di scegliere il formato di pubblicazione: la foto non deve più essere rigorosamente quadrata, ma lo standard contorno bianco più didascalia inferiore resta invariato<sup>13</sup>.

Instagram e la possibilità di costruire percorsi narrativi da una parte, il ritorno delle stampe istantanee dall'altra, delineano nel panorama odierno il desiderio di raccontare ancora qualcosa attraverso la fotografia, anche a livello amatoriale, salvandosi dalla massa indistinta di scatti accumulati alle spalle.

---

<sup>13</sup> *Wired Italia*, ibidem, s.v. "Quadrata o no, Instagram ha cambiato la fotografia".

## CONCLUSIONI

Il mondo dei social network molto spesso tende a ricevere critiche negative per l'uso che gli utenti ne fanno: troppo tempo passato a condividere post e molta perdita di senso della realtà. Gli *instagramers* sono solitamente “derisi” per la pubblicazione incessante di fotografie ritraenti cibo (qui nasce la critica per cui parrebbe che ormai le persone ordinino cibo al ristorante non per mangiarlo, ma per fotografarlo) o selfie, ovvero autoscatti. Eppure, quello che ho cercato di mettere in risalto attraverso la mia analisi relativamente al social Instagram, è l'idea che anche attraverso un mezzo così attivo di pubblicazioni esistano possibilità concrete di trasmettere emozioni, sentimenti e sensazioni sotto la forma di racconti fotografici.

La narrazione fotografica degli scatti, materialmente stampati e presentati in libri o mostre per mano di fotografi professionisti, si può riprodurre perfettamente anche all'interno di una piattaforma come Instagram e anzi, forse, può essere al giorno d'oggi uno dei modi migliori, più veloci sicuramente, per farsi spazio e fuoriuscire dal magma indistinto di foto condivise.

Lo storytelling social, la capacità di collegare fotografie interessanti a parole esplicative o suscitantanti emozioni, potrebbe a mio avviso essere una nuova forma di fare fotografia in grado di rappresentare un “momento decisivo” all'interno di un contesto narrativo su una piattaforma digitale ad uso pubblico.

## **BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA**

Henri Cartier BRESSON, *The decisive moment*, Simon and Schster, New York, 1952.

Italo CALVINO, *Gli amori difficili*, Mondadori, Milano, 2016.

*Wired Italia*, <<http://www.wired.it>>.

*Instagram*, <<http://www.instagram.com>>.