

La fotografia – nella società attuale - è parte integrante della comunicazione in quanto con uno sguardo determina l'effetto immediato della comprensione visiva. Certamente il fermo immagine dà un concetto di visione statica ma immediato, la lettura quindi appare evidente e la sua interpretazione diventa oggettiva. Si trasforma poi in immagine interpretata, quindi soggettiva se il messaggio comunicativo è molto forte oppure volutamente interpretativo. Oggi la fotografia quindi si distingue in vari aspetti, ad esempio una foto di guerra ci rende la situazione di quel momento esasperata, la fotografia pubblicitaria ce la rende sofisticata, poi ci sono le foto emozionali, le foto di viaggi e così via. Il giusto valore delle immagini naturalmente viene espresso dalla capacità del fotografo di andare oltre.

Chi mi ha portato a fare queste deduzioni è stato il Prof. Pio Baldelli che attraverso le sue lezioni mirava a far scoprire a tutti che la comunicazione era utile ad ogni settore della vita di relazione. Il concetto di mass-media/comunicazione negli anni settanta era vago e si sviluppava attraverso nuove forme comunicative, ad esempio le trasmissioni radiofoniche libere e indipendenti lanciavano messaggi che insieme alla musica facevano parte dei comportamenti giovanili in cui l'attenzione era al primo posto insieme alla parola, vista e all'udito. Concetti nuovi si affacciavano e noi giovani eravamo attenti ad ogni segnaletica e ad ogni segnale.

Il prof. Pio Baldelli, quindi in quel momento rappresentava un docente di rottura, fu così che mi iscrissi ad un Seminario di Comunicazione di Massa. La scuola di ieri non offriva conoscenze informatiche, né sociologiche e tanto meno di nuovi mezzi multimediali; le immagini erano solo immagini e si vedrà negli anni successivi invece che le immagini assumono un aspetto antropologico e sociologico, per cui tutto rientrava nella parola "Comunicazione".

Cosa c'entra in tutto questo la fotografia? La fotografia da sempre è stato un mezzo per conoscere e trasmettere conoscenza ecco perché entra a far parte della grande famiglia dei media. Ad una domanda del Prof. Baldelli: Come si sceglie la linea fotografica adatta alla comunicazione? Fece seguito la scelta di aprire una agenzia fotogiornalistica antagonista, che viene chiamata DEApres (acronimo di Didattica-Espressione-Ambiente) che doveva essere utile (quindi informare) e comunicativo. E così è stato che con il mio maestro abbiamo realizzato un sogno, una scommessa che ancora oggi sopravvive.

La scuola pubblica fino ad ora è stata a guardare e poco si è fatto per

trasmettere attraverso le immagini valori innovativi ai giovani studenti, ma secondo alcuni studi sulle nuove generazioni è stato dimostrato che "loro" in quanto figli di questa civiltà sono stati coinvolti dai concetti della comunicazione e dai suoi substrati, come la fotografia, la cinematografia, il giornalismo, il marketing, e altri ancora.

La scuola di oggi quindi dovrebbe insegnare ai giovani a contestualizzare le immagini e le parole come noi ci insegnavano con la controinformazione. Una risposta etica e un giusto insegnamento potrà formare il futuro uomo/donna che con i suoi comportamenti sociali dovrebbe cambiare gli aspetti negativi del nostro sistema. In aiuto ci sono venute le nuove tecnologie che sono diventate un forte strumento di comunicazione in quanto hanno consentito - come il trattamento digitale dell'immagine, il video e l'espressione pittorica - di creare immagini a prescindere dalla realtà, anzi sostituendosi alla "verità".

La fotografia - con l'aggiunta della creatività - è diventata un mezzo di espressione linguistica dove i concetti danno risultati superiori all'illustrazione e agli articoli giornalistici ma come immagine riflessa può anche non essere veritiera.

Il mestiere di comunicatore o di fotografo, non si apprendono più solo a scuola ma si apprendono naturalmente facendo esperienza sul campo, e la curiosità e la voglia di conoscere trucchi e linguaggi portano ad acquisire nuovi strumenti per cui stanno nascendo molte scuole di fotografia sostenute dalla nascita di varie associazioni specifiche.

Grazie alla sperimentazione e alle nuove forme di comunicazione multimediale, che sono stati di valido aiuto, si è potuto avere una crescita sociale determinata non solo dal punto di vista tecnico ma anche sotto il profilo semantico.

La fotografia quindi è comunicazione, è stimolazione del pensiero, è documentazione didattica.

DEApress è una agenzia di fotogiornalismo, una attività professionale ovvero un rapporto di collaborazione tra volontari, professionisti ed artisti diversi.

E' stata fondata nel 1990 da Silvana Grippi e Pio Baldelli che hanno veicolato la loro esperienza acquisita nella comunicazione sociale e nei vari settori dei media. Il progetto Deafoto (nato nel 1987) si occupa di didattica fin dalla fine degli anni ottanta successivamente è cresciuto l'impegno nella comunicazione visiva grazie all'attività promossa in ambito giornalistico sia in forma di collaborazione permanente. Attualmente si occupa di archiviazione delle immagini importandoli in digitale , L'esperienza maturata negli anni è stato dimostrato che una corretta realizzazione nell'ambito del web e della multimedialità.

A seguito di queste numerose esperienze di reportages si è sviluppata l'idea di un'attività professionale che inglobi tutte le diverse specializzazioni aggravando però i costi di gestione, e questo per noi rappresenta una ricerca continua di soluzioni.