Io, fotografo di me stesso

L'idea di OC&M è di raccontare le persone attraverso i loro scatti

Scatti digitali. Alcuni esempi di autoritratto. In basso gli artisti Blue Noses

L'autoritratto è di tutti. Per le persone, un gioco. Per chi osserva, un modo per conoscere l'evoluzione dei consumi e dei costumi

OC&M è un'agenzia di media planning e comunicazione. Come vuole il galateo della pubblicità e del mondo della pianificazione advertising, anche quest'anno ha presenziato all'incontro che AC Nielsen organizza nella prestigiosa location di Forte Village, in Sardegna. Una quattro giorni (11-14 maggio) in cui si parla dell'andamento dei consumi con il management delle più importanti aziende italiane. Quelle che vengono definite "big spender", dai pubblicitari.

Fin qui, nulla di creativo. Ma, c'è un ma.

Per la prima volta OC&M ha proposto un'indagine qualitativa, che ha esposto durante queste giornate di "business-semi-relax", basata sui contenuti personali scattati con il cellulare. E ha editato una serie di libretti il cui primo titolo è: «Io vivo». L'idea di base è utilizzare gli scatti che le persone fanno di se stessi e della propria vita quotidiana, per dare una panoramica — chiaramente non esaustiva — di come gli individui elaborano le proprie consuetudini, e quindi i propri consumi.

La prima edizione del libro, infatti, ha come titolo «Io e il cibo» (a cui seguiranno «Io e il bere», «Io e il dormire», «Io e il lavoro», «Io e la musica»...), e fotografa con una certe "crudité" i momenti alimentari degli italiani. Certo, a guardar le foto, non sembra che le nostre abitudini "culinarie" siano molto sofisticate. E neppure tanto sane. Forse gli utilizzatori di questi telefonini supertecnologici sono anche avvezzi a stili di vita non troppo "new age"? «Difficile dire che chi usa il cellulare per fotografare sia un tecnologico — spiega Michele Neri, titolare dell'Agenzia Grazia Neri ma soprattutto, insieme a Marcello Mencarini, del sito www.makadam.it dal quale sono state estrapolate le immagini —. Ormai è dal 2002 che lavoriamo a questa esperienza, e i nostri utenti, regolarmente registrati, ci inviano pictures da ogni dove».

Lontano da ogni regola del Creative Commons, Makadam è un unicum nel mondo della creatività online. È stato il primo portale a raccogliere le foto delle persone che inviano direttamente dal cellulare. E a garantirne il copyright. Iniziativa senza fini di lucro, grazie al vissuto dell'agenzia Grazia Neri, tutela l'iconografia degli utenti da questioni di privacy (mica è possibile fotografare un amico e poi pubblicarlo, senza il suo permesso!), e riconosce agli improvvisati fotografi una percentuale del 25% nel caso la loro produzione fosse venduta a terzi.

Certo, i fotografi professionisti prendono un po' di più. Però Michele ha già trovato un buon modo per dare voce — e dignità autoriale — al popolo degli improvvisati sperimentatori: «Sono due mondi completamente diversi, quelli della fotografia professionale e quello di Makadam — spiega —. Le donne che ci inviano le foto via mms, per esempio, non hanno ancora trovato una loro cifra stilistica. Si fotografano secondo un immaginario puramente maschile». Un modo elegante per dire che alle ragazze piace mostrare il proprio lato "sexy", mentre invece fotografe come Nan Golden o Donna Ferrato, quelle sì che hanno raccontato storie di spessore. «Il mondo professionistico — continua Neri — è un'altra storia». ○

* cristina.tagliabue@criativity.com