

FOOD PHOTOGRAPHY

**Parliamo di fotografia e linguaggio:
se vorresti fotografassi quel che
desidereresti!**

DI SERAFINO GERACI

S Sbagliare un congiuntivo: **CHE ORRORE!** Sbagliare una foto invece? Passa spesso inosservato o si perdona. Quel che stride alle orecchie non va bene, ma alla vista si perdona tutto, eppure la scienza ha dimostrato che "degustiamo" il cibo a livello cerebrale prima ancora di assaggiarlo, la vista si attiva molto prima del gusto e dell'olfatto. Quante volte, infatti, in base alle fotografie del menù hai scelto un ristorante? Una foto professionale calamita l'attenzione.

Esistono diversi mezzi con le ruote ma un meccanico di bici non è adatto a riparare una moto. Ogni ambito ha il suo professionista, e "si vede"! Per specializzarsi in food photography occorrono anni e molteplici esperienze sul campo, chi si propone come "tuttologo" della fotografia trascura spesso aspetti fondamentali, ma oggi voglio concentrarmi più sull'interlocutore finale: chi deve valutare una fotografia di cibo è preparato a comprendere le reali differenze?



Alleniamo quotidianamente il nostro modo di scrivere e comunichiamo con discreta cognizione, riconosciamo un congiuntivo sbagliato anche se non siamo professori universitari, ma questo vale anche quando scattiamo o valutiamo una foto? Chiunque si è cimentato con la composizione di uno scatto ma da quale minimo comun denominatore partiamo quando ragioniamo di fotografia? Da quando abbiamo mosso i primi passi a scuola ciascuno di noi ha dedicato molto tempo ad imparare a leggere e scrivere, ma quanti hanno dedicato la metà di quel tempo anche ad "imparare a vedere"? Quanti hanno studiato pittura, luce, composizione, fotografia? Quanti di noi riconoscono quel che è "grammaticalmente" corretto fotograficamente? Iniziamo chiarendo che quando parliamo di **fotografia** intendiamo dire letteralmente "scrivere con la luce", il termine deriva dalla congiunzione di due parole greche: luce (*phôs*) e grafia (*graphè*). La luce dunque è lo strumento fondamentale per il fotografo e la fotografia è un linguaggio vero e proprio, col quale comunichiamo quel che vediamo e quel che sentiamo. Fotografare, infatti, è come scrivere con le immagini al posto delle parole ed anche in questo linguaggio - come per quello scritto - ci sono regole, convenzioni, condizionamenti ambientali e culturali. Per tali motivi tanto più una fotografia sarà "pensata" in funzione di chi dovrà guardarla tanto più trasmetterà un messaggio comprensibile "nella stessa lingua" e, dunque, emozionerà.

Ogni fotografo ha il suo "taglio/stile" che lo caratterizza distinguendolo dagli altri. Occorre avere un proprio "pensiero" - frutto di studio e formazione - per **far scoprire il medesimo oggetto da diverse prospettive**, cercando di trasmettere "l'anima", le caratteristiche, in modo da coinvolgere chi osserva lo scatto. Nelle foto a fianco mostro un chiaro esempio di come il medesimo soggetto possa essere raccontato in modi totalmente diversi, a seconda dell'utilizzo finale



immaginato (social, web, menù).

Quando ti presenti come fotografo la prima domanda è: "**che reflex usi?**". Questo dimostra che ancora oggi ragioniamo di tecnologia, non di fotografia. Dunque è tecnica o comunicazione?

È necessario distinguere tra fotografia come strumento tecnico e fotografia come linguaggio. Nel secondo caso ci focalizziamo sulla potenzialità narrativa ed espressiva che va spesso oltre la tecnica e lo strumento stesso (senza mai

dimenticarli).

Ti fermi a guardare o sai anche vedere? Guardare significa volgere lo sguardo verso qualcosa e non presuppone che si riesca anche a "vedere"!

Vedere deriva dal latino "vidēre" e vuol dire capire, scoprire, interpretare, **prendere coscienza** di ciò che stai guardando. Crediamo che siano gli occhi a "leggere" una fotografia ma è il cervello

che interpreta l'informazione grazie alla quale infine noi "vediamo". La visione umana dipende dunque dalle rielaborazioni che il cervello porta con sé nella valutazione: le proprie esperienze, studi e conoscenze. **Le immagini quindi non costituiscono la realtà ma un'interpretazione della stessa**, in PNL si direbbe **"la mappa non è il territorio"**. **Il fotografo infatti** - selezionando cosa e come fotografare - **trasforma il soggetto dello scatto attraverso la scelta della luce, della prospettiva, dei tempi di scatto, dell'apertura del diaframma, adattando così la realtà al proprio strumento.**

Attraverso i suoi scatti - il fotografo

- racconta una storia, per centrare l'obiettivo deve fondere il racconto con le finalità di marketing per le quali è stato commissionato ogni scatto.

È coniugando le esigenze del cliente e la storia che raccontano le sue foto che coinvolgerà emotivamente le persone che le vedranno. **Quando un fotografo "parla la stessa lingua" di chi osserva il suo scatto il cliente passa dalla vista al gusto, dal vedere al voler mordere!** Le immagini sono elaborate dal nostro cervello circa mille volte più rapidamente rispetto ai testi e, dato che siamo costantemente bersagliati da infinite sollecitazioni, **le probabilità che la**

nostra attenzione venga catturata da una bella immagine è superiore di oltre il 70% rispetto ad altri contenuti.

La fotografia permette inoltre anche di sottolineare, porre l'accento, su aspetti che le parole potrebbero non avere l'ardire di affermare. Ciò che può apparir soncio o irritante ad un paio di occhi può risultare irriverente se non anche divertente ed intrigante ad altri, come per esempio nel caso del food: la foto di una banana con due nespole a fianco. *"La bellezza, così come la vergogna, è negli occhi di chi guarda dunque non importa quello che stai guardando, ma quello che riesci a vedere!"* ●

