

LA STORIA

Dalle Polaroid a Instagram la grande forza delle immagini

Le foto del Giubileo del 1950, primovetro Anno Santo della comunicazione di massa, raccontano un Pio XII «lontano», un pontefice ancora stretto tra lo spazio sacro e la sostanziale solitudine nonostante il bagno di folla con i fedeli. Con Paolo VI, nel 1975, la televisione cambiò la prospettiva con una diretta della chiusura della Porta Santa in San Pietro seguita da 350 milioni di persone e restituì di Montini una fi-

gura liberata dall'orpello delle sovrastrutture e più attenta al contatto umano. Fu però Wojtyła, che già nel suo insediarsi aveva conquistato la platea mondiale, a toccare nel 2000 il punto più alto dell'impatto mediatico, consacrato dall'evento notturno straordinario che chiuse la giornata mondiale della Gioventù. Giovanni Paolo II aprì la strada della comunicazione che oggi ha portato ai selfie di Bergoglio. Il capitolo dedicato alla vi-

sibilità e all'invisibilità della figura del Papa è tra i passaggi di maggior interesse del libro di Giovanni Fiorentino *Il sogno dell'immagine* (Meltemi editore) che affronta la fotografia intrecciando storia, progressi e ripercussioni di questo strumento particolare di descrizione della realtà.

Fiorentino traccia il bilancio di oltre dieci anni di studi su questi temi allargando l'attenzione anche a come le testimonianze

dei professionisti dell'obiettivo prima e del pubblico più esteso dei telefonini poi hanno accompagnato gli snodi della società italiana, dalla denuncia sociale del dopoguerra, agli anni durissimi del terrorismo in cui la Polaroid in bianco e nero di Aldo Moro prigioniero delle Br nel 1978 rappresentò un vero e proprio spartiacque della comunicazione di massa, al palcoscenico glamour e patinato della moda degli anni Ottanta fino al racconto del mondo attraverso le «storie» di Instagram. —



IL SOGNO DELL'IMMAGINE
DI GIOVANNI FIORENTINO
MELTEMI EDITORE, 18 EURO

