

Fotografia&Design1: Il rapporto con la committenza



2016-03-11

Lavorare per il committente, e parlo principalmente di aziende ma non solo, è un forte stimolo al continuo rinnovo. Non credo che l'amatissima ricerca personale in fotografia da sola manifesti le nostre abilità comunicative e artistiche. Ci vuole la provocazione, come il contributo dato da una tematica più allargata e complessa, per istruire la nostra mente alla prova di nuove frontiere, e avere un committente vuol dire proprio questo. Il passato ci parla di un Michelangelo sempre in disputa con il suo committente, ma è anche grazie a questa grande conflittualità che ha potuto segnare la storia

dell'arte, ed è stato così anche per Leonardo, Raffaello, Botticelli, Mantegna ecc... In fondo, quando questo "fastidioso" committente è venuto a mancare e l'arte si è fatta "libera" ha finito per perdere senso ed è divenuta un fenomeno commerciale in sé e per sé, saturando le banche svizzere di tele, in irriverente attesa di dipartita dell'autore, né più né meno come nell'irragionevole gioco della borsa. Per questo stimo, inevitabilmente, il lavoro su committenza come una base insopprimibile nella vita di un artista, e per questo non mi sottraggo allo stressante gioco dell'interpretazione pilotata dal committente. Si tratta di un rapporto inevitabilmente conflittuale, proficuamente conflittuale. Nella foto: Simone Micheli e Maurizio MarcatoMi turba e non approvo quello che sta succedendo a causa dei nuovi mezzi di informazione super-personalizzati: ognuno può scegliere la propria informazione in rete, restringendo la propria conoscenza e circoscrivendola in clan e lobby, chiudendosi ad altri possibili canali d'informazione. Allo stesso modo l'artista "libero" rischia l'esonero dalla comunicazione, restringendo la propria azione al solo semplice e banale conosciuto. L'arte è la ricerca di nuove frontiere, la creatività è proporre nuovi modelli e rinnovate visioni e non può essere, mai, chiusa in se stessa. Nella foto: decorazione di una parete d'hotelNaturalmente la ricerca personale e indipendente deve continuare ad essere cuore e fulcro del nostro animo, e il committente stesso, se non vedesse questo aspetto, non si fiderebbe di noi.