

## CHE COS'È MAGNUM?

Una cooperativa di celebri fotografi, creata a Parigi e a New York nel 1947; un modello economico innovativo, che permetteva ai suoi membri di diventare proprietari delle immagini, un luogo di dibattito per approcci diversi e contrastanti. Per i settant'anni di Magnum sarebbe stato allettante raccogliere le immagini che raffigurassero la vita dell'agenzia. Ma non avrebbe fatto altro che avvalorare la superficialità del mito.

La storia è senza dubbio il miglior antidoto al mito. Per il progetto, era necessario che questa storia poggiasse certo su immagini, ma anche su parole. Perché il testo occupa in Magnum Photos un posto fondamentale. Dopo le prime conversazioni, è attraverso gli scambi epistolari che lo spirito dell'agenzia si è forgiato. Sono stati poi i contratti e gli appunti che hanno permesso di affinarlo o trasformarlo. Insomma, in Magnum la parola è di casa. Abbiamo rintracciato testi, interviste, lettere, appunti o racconti dei membri nei quali si tentava di definire lo spirito collettivo. Ecco il motivo del titolo *Magnum Manifesto*. Questi diversi documenti hanno l'ambizione di mostrare quali siano state le posizioni, etiche ed estetiche, dei fotografi dell'agenzia.

La storia dell'arte ha dimostrato che le opere hanno spesso due autori: l'artista e il suo contesto. Ed è vero anche per Magnum. Era quindi necessario accostare lo studio cronologico e tematico della cooperativa a quello delle grandi questioni che hanno segnato la seconda metà del Novecento e i primi anni Duemila: proponiamo quindi una storia incrociata. Insieme, i membri di Magnum hanno contribuito a dare forma alle evoluzioni culturali con il loro sguardo impegnato, ironico, critico e originale.

Questa mostra si spinge al di là del mito e inserisce l'agenzia in un contesto storico più ampio, grazie a un dettagliato lavoro di documentazione. I diversi orientamenti e approcci sviluppati nel corso degli anni sono presentati attraverso tre periodi principali:

**PARTE PRIMA** 1947-1968: Diritti e rovesci umani

**PARTE SECONDA** 1969-1989: Un inventario di differenze

**PARTE TERZA** 1990-2017: Storie della fine

La sezione finale, "Magnum è ... ", accompagnata da una scelta della corrispondenza epistolare tra i membri dell'agenzia, dà voce ai fotografi e al personale dell'agenzia per tentare di definire il multiforme "Spirito Magnum", plasmato dalle parole tanto quanto dalle immagini.