

CHE FIGURA DI NOTIZIA

Oggi è il visual journalist ha dettare le regole ovvero è lui che semplicemente non completa solo una notizia, ma la crea visivamente

Nei giorni scorsi il Foglio ha pubblicato un interessante commento sul ritorno prepotente della parola, intesa come commento scritto , nell'era del trionfo dell'immagine, diffusa con i social. Un commento, sintetizzo, in cui all'immagine in sé si accoppia e si succede nel tempo il commento e la valorizzazione, ma in forma scritta.

Per chi è nato ed ha iniziato ad operare nell'era della carta stampata, dove essere nella pagina, collocato di taglio alto a destra valeva più che un taglio basso, ebbene è una bella soddisfazione!

Ecco dunque al punto: quanto l'immagine conta e indirizza la comunicazione e, in senso più preciso, il giornalismo di oggi? La domanda è complessa certamente ma cerca di offrire il suo particolare commento lo scritto di Paolo Schianchi dal titolo " #Visual journalist. L'immagine è la notizia ", edito da FrancoAngeli .

In sostanza, sintetizzo, l'autore sostiene che nei tempi d'oggi, pervasi dalla cultura visiva, è il visual journalist ha dettare le regole ovvero è lui che semplicemente non completa solo una notizia, ma la crea visivamente .

Che significa tutto questo? L'immagine è stata spesso di corredo nell'informazione giornalistica, a volte elemento trainante della sua capacità di sfondare la pagina e colpire il lettore. Non a caso, ancora oggi, molte noiose rassegne stampa TV vivono un sussulto quando viene inquadrata l'immagine che accompagna un articolo.

Questo, correttamente, vale ancora di più in un mondo in cui l'informazione si è smaterializzata , ovvero, non c'è più la mediazione della carta ma le infinite potenzialità del web e del digitale.

Sostiene quindi Schianchi che partendo dall'immagine si guida l'informazione e il suo contenuto, dosando sapientemente sui particolari e frammenti visivi per spingerne la capacità non solo comunicativa ma di presa e di detonazione virale .

Nel suo lavoro, inoltre, l'Autore esplora i principi base su cui si fonda il visual journalism , definendone la grammatica, spaziando dagli immaginari alle immagini figurative, narrate e in movimento, dalle immagini parassita alle immaginarie, fino a giungere alle fake images e all'etica che ogni figurazione deve possedere . Uno sforzo certamente encomiabile per chi professionalmente si trovi velocemente a doversi convertire dal piombo dei caratteri alla leggerezza del bit. Dove il cuore diviene l'immagine che si evolve, come un trattamento molecolare, e si trasforma in notizia stessa.

Non c'è dubbio che il mondo andrà sempre più in questa direzione; necessario quindi un testo come questo che sappia offrire non solo ai giornalisti, ma a tutti i comunicatori (aziende comprese una bussola per padroneggiare questa tendenza.

Titolo: #Visual journalist. L'immagine è la notizia

Autore: Paolo Schianchi

Editore: FrancoAngeli

Pagine: 154

@federicounnia - Consulente in comunicazione

@Aures Strategie e politiche di comunicazione

@Aures Facebook

Leisure

numero di 06/02/2019

SOMMARIO di questa settimana

Condividi su LinkedIn

Richiesta una conferma via mail.