

## Formazione: la comunicazione visiva e digitale nell'era dello smartphone

Durante il percorso di formazione organizzato da Inipa – Coldiretti Education e destinato a Coldiretti Donne Impresa, Giorgio Varano, regista e videomaker, ha parlato di comunicazione visiva digitale e dei principali elementi e criteri che caratterizzano il processo di realizzazione di un prodotto fotografico o video destinato a promuovere prodotti, territori, eventi, dall'ideazione alla post-produzione. L'innovazione tecnologica e le modificazioni sociali incidono sui modi, i messaggi e i canali della comunicare l'impresa. Il mondo dell'audiovisivo rappresenta oggi lo strumento principe, e soprattutto se facciamo riferimento alla comunicazione sui social network. L'immagine oggi rappresenta il più potente mezzo di narrazione, superiore alle sole parole per la capacità di catturare l'attenzione delle persone e di trasmettere non solo contenuti ma anche emozioni. È veloce, è stimolante, è attraente. Sui social risulta 'impattante' e 'ingaggiante'. Ogni social network ha un target diverso, un diverso tipo di fruitori, e una sua 'personalità' ed è quindi importante progettare la comunicazione adeguandola sia da un punto di vista tecnico - per esempio le proporzioni e dimensioni dell'immagine – sia dello stile e del messaggio, pensando a che tipo di pubblico ci si rivolge. L'immagine è vuota, però, se dietro ad essa non c'è un messaggio preciso, governato da chi comunica. Si tratta di scegliere quali messaggi si vogliono comunicare, quale 'narrazione' si desidera diffondere e quali sono elementi narrativi adatti al proprio racconto. Lo storytelling con le immagini deve sviluppare una storia coerente, chiara e d'impatto. Se pensiamo alle immagini fotografiche, la prima fase del processo di produzione è lo 'scatto'. La fotografia è l'atto creativo iniziale. Il fotografo è narratore attivo nel contesto e interagisce con l'ambiente in cui si trova, per catturare un'istantanea di ciò che lo circonda. È necessario scegliere con cura il soggetto: una persona, un prodotto, un elemento del paesaggio, un'azione o situazione che siano rappresentativi, emblematici e che veicolino con immediatezza il messaggio. Dall'altra parte è altrettanto importante verificare aspetti tecnici come l'illuminazione e la prospettiva e fare attenzione alla composizione dell'inquadratura, ad esempio evitando spazi vuoti, persone di spalle, o elementi di sfondo che, ancorché secondari, possano veicolare messaggi negativi. La fase finale è la post-produzione, ovvero il cosiddetto 'fotoritocco' che è ormai molto semplice da realizzare con diverse applicazioni reperibili nel web. I quattro elementi principali da tenere sotto controllo sono: luminosità, contrasto, saturazione e nitidezza. E non dimenticare di inserire sempre il logo. Le stesse considerazioni sono valide anche per le videoriprese, nient'altro che immagini in movimento. In questi casi, si possono aggiungere suoni, musiche ed effetti in fase di montaggio. Un ultimo suggerimento: attenzione a che la ripresa sia stabile; se si prevede un parlato, è preferibile l'utilizzo di un piccolo microfono per migliorare la qualità dell'audio.

Fiorito Leo