

VIZI PRIVATI E PUBBLICHE VIRTÙ DEI CLUB FOTOGRAFICI

5W: "TENIAMO ALMENO LA MUCCA NELLA STALLA" a cura di Maurizio Lupi

Non vi preoccupate, questa rubrica non sarà sostitutiva della presentazione dei circoli, almeno nel senso definitivo, ma con lei si passerà il testimone. Di cosa parlerà? Di quanto siamo bravi e buoni nei club? Forse. Dei peccati e delle virtù degli uomini che animano la vita associativa? Ecco, su questo molto di più. Non parlerà di quel club o di quel socio ma dei rapporti che li legano, ogni volta di un peccato diverso o di una commistione con qualche virtù. Ma si tranquillizzino tutti, il nome del peccatore e del club sarà di fantasia. Perché scrivere sui peccati e sulle virtù nella vita di club? Per analizzare le dipartite momentanee o definitive dei soci risalendo alle radici del comportamento dell'individuo nel club, lì dove homo homini lupus, ma sempre metà angeli, metà demoni. Ed ora apriamo il confessionale con il primo peccato, l'Orgoglio o Presunzione, opposto alla virtù dell'Umiltà.



Ho realizzato una foto che parla da sola!

Molto spesso i nuovi soci, dopo i commenti ricevuti sulle loro foto, ancora privi delle necessarie difese culturali, meditano la "fuga" convincendosi che i commenti negativi siano il frutto di invidie altrui e non anche della loro scarsa efficacia espressiva. Ed in questo sono molto di più gli "stagionati" neofiti del club che i giovani.

- Ciao Valerio, sono Carlo, allora che impressione hai ricevuto come nuovo socio del club sulla lettura delle tue immagini ieri sera?

- Bè... come hai potuto sentire sicuramente sono stati tutti prodighi di consigli e questo ad un neofita come me non può che fare bene, anche se su certe immagini non riesco a capire... per assurdo quelle che a me piacevano di più sono state le meno considerate...

- Per esempio?

- Per esempio quella dove io ho "catturato" un giapponese che si immortalava davanti a Trinità dei Monti. Il commento è stato che gli mancava qualcosa...

- Ed è vero, hai realizzato quella immagine sicuramente con tutto il "cuore" di cui disponeva il tuo dito fotografico, ma manca di una W.

- Cosa è questa W?

- Vedi Valerio, come te oggi muovi i primi passi in fotografia e sei ansioso di confrontarti per capire a che punto sei del percorso fotografico, così oltre 150 anni fa gli aspiranti giornalisti sottoponevano i loro primi pezzi di cronaca al Capo Redattore che recitava: "Un articolo per avere la sua efficacia si deve basare sulle 5W". E la tua foto al giapponese manca proprio di una W. 5W iniziali di "Who, What, Where, When, Why" ovvero "Chi, Che cosa, Dove, Quando, Perché". Ieri, oggi e domani, nella espressività personale il metodo verrà sempre prima dell'estro personale, e la regola delle 5W è una griglia che ti fa comunicare con più efficacia. E' una regola operativa nata nelle redazioni americane nella metà de l'800, diventata poi metodo in tutto il mondo, per rendere la notizia concisa, comprensibile e completa. Sia il giornalista che il fotografo devono dare una informazione operando una selezione dalla realtà. Chi leggerà non avrà niente altro davanti ai propri occhi che il rettangolo ripreso dalla foto, quindi la comprensione passerà attraverso la regola delle 5W. Senza panegirici teorici facciamo un esempio pratico sulla tua foto in questione dove hai rappresentato un giapponese che si immortala su una scalinata. Sicuramente quando l'hai scattata hai detto: "tipico giapponese che si spara la posa sulla scalinata di Trinità dei Monti, quale immagine migliore sull'amore che gli stranieri portano a Roma!" E nella realtà quel giapponese era sotto l'effetto della sindrome di Stendhal nell'immortalarsi sul quel panorama unico al mondo. La fotografia però non è la realtà, è una orma di essa che attraverso

il modo di selezionarla la interpreta. Chi legge non stava con te lì in quel preciso momento e quindi non vede tutta la realtà della scena ripresa ma vede solo ciò che la fotografia "fa vedere". Il teorema che vogliamo dimostrare è: "La massima comprensione della foto si ha quando sono rispettate le 5W".

Allora proviamo con la foto suddetta: WHO: il giapponese, OK. WHAT: il giapponese che si fa la foto, OK. WHEN: una giornata dove il sole illumina le persone su una scalinata, OK. WHERE: ... la base di una scalinata ... ? Qui è la "W" debole, se non fai intravedere in un medio fuori fuoco o la fontana della Barcaccia o la chiesa di Trinità dei Monti, solo qualche "romano de Roma" potrà riconoscere la città eterna. Il non farla riconoscere proprio in un tema dove si deve enfatizzare l'amore che un cittadino del mondo le porta, riduce anche la forza del WHY che diviene: "l'amore che porta lo straniero per un luogo, quale?". Il WHY anche se rispetta molto bene il tema dell'amore per una città perde il contesto e viene meno il tema non essendo soddisfatta la WHEN. 3W su 5. E non riconoscendosi Roma il tuo messaggio non "passa" al lettore. Le 5W sono però una condizione necessaria ma non sufficiente. Infatti non è assolutamente detto che una notizia così come una foto rispettando le 5W emozioni di conseguenza. L'emozione è legata anche alla cultura ed ai filtri connotativi della percezione visiva di chi legge. Diciamo comunque che con le 5W puoi riuscire almeno nell'intento di tenere la "mucca" (foto) nella "stalla" (tema).

- Ti ringrazio Carlo, pensa che stavo già pensando male dei commenti di ieri sera.

- Valerio, è normale il brutto pensiero; quando non si sa da spazio alle supposizioni.

La fantasia nel crogiolo dell'ignoranza può diventare il toro che fa scappare la mucca dalla stalla!

