



Instagram, il profumo della fotografia

La promozione turistica non è più la stessa da quando c'è Instagram, e così anche atmosfere e profumi vengono affidati a una fotografia. Certo, non è più la stessa neanche la maniera di stare in casa, di uscire all'aperto o di assistere a un qualunque evento, se il piacere di scattare foto col telefono mobile comporta l'insopprimibile desiderio di postare immagini filtrate, modificate, incorniciate, hashtaggate.

A condividere quegli scatti potrebbe essere (e non è raro che capiti) una comunità di oltre trecento milioni di Instagramer sparsi nei cinque continenti. E, grazie ad appuntamenti presi online, giorno dopo giorno, si va definendo in Rete un'inedita mappa di luoghi visti e raccontati da prospettive personalissime e significative. Nelle Marche, Instagram è una strategia di promozione istituzionalizzata. Ed è di Osimo la fondatrice-presidente dell'associazione Igersitalia che promuove un gran numero

di attività no profit: con la Fondazione Veronesi, con Radio3 per i Musei italiani, con Jazz4lAquila, tra gli altri. Lei sia chiama Ilaria Barbotti, è una professionista delle pubbliche relazioni digital, autrice di "Instagram Marketing" il recente manuale su carta (ed. Hoepli) da cui imparare la tecnica di una buona foto o come avere un buon seguito. Non è un caso dunque che i mobile photographer nazionali si siano dati appuntamento ad Ancona per la loro terza assemblea, nel primo weekend d'autunno dello scorso

settembre, quando i racconti dei nostri paesaggi sapevano di mare e cielo, di città e campagna, di vino e cibo. Si può parlare in questo caso di "profumi" digitali? Forse, poiché sebbene le immagini instagrammate (#assembleaigersitalia2015) non diano precise definizioni del Passetto o del Conero, certamente restituiscono un puzzle composto che ne descrive l'atmosfera, che ne fornisce un'idea catturata con l'occhio elettronico di un te-

lefono.

Le Marche, con la Puglia, l'Abruzzo e Friuli Venezia Giulia sono tra le regioni italiane più conosciute nel mondo social e web grazie agli instagramer locali: il turismo è il settore che si promuove meglio con il social network per fotoamatori e pro-

fessionisti. Un mondo dove si incontrano dilettanti e artisti, consumatori e aziende. Ma anche geniali creativi che non danno pace a Instagram. E se Ng Weijiang posta da Singapore sequenze di foto apparentemente slegate che viste insieme formano un'unica immagine dotata di senso, Rachel Hulin pubblica da New York il primo romanzo a colpi di post accompagnati da fotografie che aggiungono dettagli alla vicenda di due gemelli dei quali il "lettore" quasi si sente amico. E poi i cittadini di paesi in guerra che desiderano la pace mentre fotografano gli effetti devastanti dei bombardamenti o le folle delle manifestazioni di piazza da tenere segrete.

Maria Manganaro

ILARIA BARBOTTI
AUTRICE DI
"INSTAGRAM MARKETING"
COSÌ SI SCATTA
UNA FOTO CHE PUÒ
AVERE UN BUON SEGUITO

