

Il successo di un giornale? Parte dalle “fondamenta”

Pubblicato: Lunedì 28 Ottobre 2019



Chi lo ha conosciuto e ha avuto modo di parlare con lui di architettura dell'informazione sa sempre quando dietro a una novità “digitale” c’è **Federico Badaloni** (UX Designer – GEDI). La passione, la curiosità, l’attenzione a mettere sempre al centro la persona, ma soprattutto la **voglia di raccontare e le capacità di divulgatore** ne fanno l’Alberto Angela dell’architettura dell’informazione. Basta sapere che un giorno di circa tre anni fa, a Verona, propose per la prima volta il racconto dell’architettura dell’informazione in chiave musicale. Allora doveva ancora affinare la tecnica, ma sicuramente era evidente la voglia di connettere mondi, esperienze e persone.

Non ci può quindi essere maestro migliore di lui per un focus su queste tematiche. Non perché in Italia non ci siano altri nomi di rilievo (basta leggere il programma del master alla Iulm, fondato da Badaloni, per avere un’idea dei professionisti che operano nel nostro paese), ma perché più di altri **ha una visione d’insieme e la capacità di far dialogare persone, settori e aree**. E chiunque frequenti il mondo del giornalismo sa che la permeabilità fra settori può rappresentare uno degli ostacoli maggiori alla crescita. Basta pensare all’arrivo degli smartphone e allo scarto che c’è stato fra chi, soprattutto nell’online, **ha subito colto la potenzialità dell’immediatezza e del citizen journalism** (il contenuto anche a discapito della qualità dell’immagine) e chi invece ha provato, più o meno consapevolmente, a riproporre un modo di fare giornalismo legato a logiche tradizionali.

Per questo **il panel di Badaloni in programma sabato 9 novembre dalle 18 alle 20 al Teatro Santuccio a GlocalNews** è l’occasione giusta per farsi ispirare, più ancora che per acquisire competenze immediatamente spendibili. Con lui ragioneremo di gioco di squadra, di multidisciplinarità e di lettori, queste mitiche figure che ci danno tante soddisfazioni, ma anche tanti grattacapi. E’ per loro che scriviamo e **nel mondo digitale è per loro che progettiamo**: perché oggi la notizia non deve solo raggiungere i lettori, ma deve **raggiungere un lettore interessato al nostro contenuto nel momento e nel luogo/device giusto senza che lui l’abbia necessariamente cercata**.

Sapere tutto questo (non indovinarlo, ma saperlo) è il mantra che ci deve guidare ogni giorno. (Tranquilli, Federico non vi insegnerebbe a spiare: Federico vi insegnerebbe come conoscere i vostri lettori).

di Valeria Vercelloni