

Infointern

L'informazione nei video in pillole «Nouvo»: un'offerta SSR con potenzialità

Berna, 8 novembre 2017. Quest'anno i cinque Consigli del pubblico della SSR (SRG.D, RTSR, Corsi, SRG.R e swissinfo.ch) hanno messo sotto la lente «Nouvo», la nuova proposta d'informazioni attiva da marzo 2017 in tutte le regioni linguistiche. Esito: i video concepiti appositamente per i social offrono informazioni ben sintetizzate e costruite in maniera accattivante per essere consumate da un pubblico di giovani. Lunghezza e sottotitoli sono inoltre perfettamente fruibili dai dispositivi mobili. La sfida principale è riuscire a trovare un equilibrio tra brevità e approfondimento. Il format presenta comunque un grande potenziale.

I video informativi di «Nouvo» si presentano in veste giallo-nera e sono disponibili su Facebook e Twitter nelle quattro lingue nazionali e in inglese. Una delle prime osservazioni dei presidenti dei Consigli del pubblico è la difficoltà nello stabilire a prima vista il collegamento con la SSR. Sul piano puramente formale i video informativi lanciati dalla RTS non corrispondono volutamente all'offerta abituale; ma sul piano dei contenuti rispondono ad elevati requisiti di qualità, come previsto dalle linee guida editoriali della SSR.

Equilibrio tra brevità e approfondimento

Secondo i cinque rappresentanti delle unità aziendali, la brevità dei video pone sfide elevate ai giornalisti responsabili dei contenuti di «Nouvo». Anche perché non tutti i temi sono facilmente adattabili a questo tipo di format. Per esempio, secondo i presidenti dei Consigli del pubblico, un tema complesso come la revisione dell'AVS 2020 è troppo sfaccettato per poter essere inquadrato in maniera approfondita e differenziata all'interno di un video in pillole. Lecito dunque chiedersi se non sia meglio approfondire un solo aspetto di un determinato tema, o illustrarne i vari argomenti chiave attraverso una serie di video. Un'idea assolutamente da prendere in considerazione, secondo la responsabile del progetto Amélie Boguet della RTS.

Differenze regionali nel consumo dei media

Nei progetti o nelle offerte della SSR a livello nazionale come «Nouvo», il concetto unico funziona sempre in maniera diversa da una regione all'altra. Alla SRF, per esempio, la concorrenza online, in particolare quella germanofona dei Paesi limitrofi, è molto grande. In un simile contesto, contrariamente alle offerte on air tradizionali, «Nouvo» SRF deve potersi differenziare in maniera chiara proponendo un'informazione di taglio diverso.

Un'altra sfida particolarmente importante è la necessità di creare una community e raggiungere così una più ampia fetta di pubblico. «Nouvo» RTS, attivo già dall'inizio della primavera 2016, conta oggi quasi 100 000 follower su Facebook. Nelle altre regioni invece la community è ancora in fase di costruzione. Inoltre, il comportamento degli utenti nei commenti online varia molto da una regione all'altra: se nella Svizzera occidentale si commenta in maniera massiccia, nella Svizzera tedesca e italiana lo si fa molto meno. Il pensiero sociale di «Nouvo» funziona molto bene nella Svizzera romancia, e i suoi membri sono particolarmente attivi nell'ambito delle tematiche regionali.

Un intenso scambio interregionale

Le cinque redazioni di «Nouvo» sono costantemente in contatto tra loro, ogni giorno discutono temi e si scambiano video autoprodotti di potenziale interesse anche per le altre regioni linguistiche. I presidenti dei Consigli del pubblico caldeggiavano uno scambio più intenso di video tra le regioni per sfruttare le sinergie. Sono inoltre dell'opinione che i sottotitoli in particolare potrebbero facilitare l'adozione di video dalle altre regioni.

«Nouvo» andrà avanti come progetto fino a fine 2018. Dopodiché verrà deciso se proseguire il format. I presidenti dei Consigli del pubblico giudicano positiva l'offerta e intravedono in «Nouvo» un grande potenziale da sfruttare. Sarà comunque necessario approfondire accuratamente la scelta dei temi, l'equilibrio tra brevità e approfondimento e fissare le priorità dei contenuti. Grazie a una presentazione facilmente comprensibile, anche argomenti politici particolarmente impegnativi costituiscono una fonte di richiamo per i giovani, come dimostra l'esperienza delle redazioni di «Nouvo». Ed è proprio in questo ambito che, secondo i Consigli del pubblico, risiede l'unicità del format rispetto ad altri canali d'informazione. I video andrebbero forse personalizzati in misura maggiore (visualizzando le facce di chi è coinvolto nel programma). Inoltre «Nouvo» non dovrebbe focalizzarsi principalmente sul target dei «giovani» ma parlare a chiunque interessato a ricevere informazioni compatte attraverso video in pillole sui dispositivi mobili.

Sarebbe inoltre auspicabile un maggiore livello di penetrazione di «Nouvo». Per esempio attraverso swissinfo.ch che, presente esclusivamente online, dispone di un ampio mercato a livello mondiale. In conclusione, è un vero peccato che «Nouvo» sia ancora troppo poco conosciuto al grande pubblico.

Gruppo di lavoro dei presidenti dei Consigli del pubblico

Contatto:

Susanne Hasler, capogruppo, presidente del Consiglio del pubblico SRG.D,
tel. 076 498 20 22