

Nouvo

Fai girare la notizia!

RSI NEWS

RAPPORTO DEL
CONSIGLIO DEL PUBBLICO CORSI

NOUVO

NOVEMBRE 2017

CORSI
SOCIETÀ COOPERATIVA
PER LA RADIOTELEVISIONE SVIZZERA
DI LINGUA ITALIANA

Ogni anno il Consiglio del pubblico costituisce al suo interno diversi gruppi di lavoro incaricati di valutare la qualità delle trasmissioni andate in onda alla RSI. Le osservazioni e le conclusioni scaturite da questi incontri vengono trasmesse alla direzione RSI e confluiscono nel Rapporto annuale d'attività CORSI, a disposizione di tutti i soci.

NOUVO

1. CONTESTUALIZZAZIONE DEL RAPPORTO (MANDATO, ANALISI PRECEDENTI, PERIODO DI ANALISI, APPROCCIO DELLO STUDIO)

Il Consiglio del pubblico – con il doppio intento di partecipare al monitoraggio nazionale e di approfondire il tema dell'approccio del servizio pubblico radiotelevisivo verso i giovani, la multimedialità e le nuove piattaforme di comunicazione – ha monitorato *Nouvo* focalizzando la propria analisi sui mesi di maggio e luglio 2017, effettuando da un lato un'analisi quantitativa sui soggetti dei servizi (valutazione globale sulle scelte dei temi affrontati) e dall'altro un'analisi più qualitativa di alcuni servizi (struttura e contenuto dei video). Per aiutarsi nell'analisi, è stata redatta una tabella di tutti i servizi reperibili su internet nei mesi considerati dall'analisi (ca. 100 video). Visto il carattere anche nazionale del monitoraggio, i criteri utilizzati per l'analisi corrispondono a un adattamento di quelli proposti dai colleghi della Svizzera Romanda, peraltro già autori di un monitoraggio sul progetto, ideato inizialmente proprio negli studi di Ginevra.

2. NOUVO (OBIETTIVI, DIFFUSIONE, TARGET)

Nouvo – “Quando l'informazione diventa social. News in video che offrono uno sguardo diverso sulla Svizzera e sul mondo” si legge sul sito RSI – vuole essere un modo diverso di fare informazione attraverso brevi video (un minuto circa) sottotitolati (così da garantire un consumo ottimale su smartphone e tablet) e caratterizzati da un approccio didattico che si propone di spiegare la complessità del reale con un linguaggio semplice e diretto. Il tutto, ovviamente, senza dimenticare le regole d'imparzialità, verifica e cor-

rettezza che caratterizzano l'informazione da parte di un servizio pubblico. *Nouvo* è nato negli studi della RTS a Ginevra e la SSR ne ha fatto un progetto nazionale, con il coinvolgimento anche di *RSInews*, con l'intento non solo di fungere da collante tra un'informazione più tradizionale e una più moderna, ma anche e soprattutto di indirizzarsi specificatamente verso il pubblico tra i 18 e i 30 anni. I video in italiano si trovano sul sito RSI¹, come anche su Facebook (@NouvoRSI), Twitter (@NouvoIT) e Instagram (@nouvoit). L'obiettivo è, in questo senso, palesato anche dal sottotitolo editoriale: “Fai girare la notizia”.

3. CONTENUTO DI NOUVO (PERTINENZA DEI TEMI SCELTI; AUTOREVOLEZZA, CREDIBILITÀ E ACCESSIBILITÀ; IMPARZIALITÀ E EQUILIBRIO; RISPETTO DEL MANDATO PUBBLICO; COESIONE NAZIONALE)

I soggetti trattati variano dall'attualità ad usi e costumi, passando da temi scientifici, statistici, storici e politici, con un particolare accento sulle tematiche legate alle nuove generazioni. Pur non occupandosi di cronaca in senso stretto, *Nouvo* affronta i grandi temi della nostra società con una buona mescolanza di argomenti internazionali, nazionali e regionali; forse in nome della coesione nazionale e per una migliore conoscenza delle altre regioni, si potrebbe inserire qualche contributo in più su temi che riguardano altre regioni della Svizzera.

Di base il contenuto scelto è interessante e intrigante, senza al contempo cadere nel sensazionalismo o nella ricerca dello scabroso.

1. <http://www.rsi.ch/play/tv/programma/nouvo?id=8763742#?station=rete-uno>

La trattazione dei soggetti è conforme ai principi stabiliti dalla Concessione, con un'informazione che è diversificata, corretta e – per quanto il poco tempo a disposizione lo permetta – spesso completa. Per quanto possibile vista la brevità dei servizi, la pluralità delle opinioni e dei punti di vista è perlopiù ricercata e rispettata, con tanto di argomenti pro e contro. Quando si citano dei dati, la fonte è sempre palesata e messa in evidenza.

Il linguaggio – sia visivo che verbale – utilizzato è chiaro e comprensibile, come il contenuto è accessibile e adeguato a un pubblico generalista. Appare chiara la volontà di presentare il tutto in maniera didattica, a tratti schematica, per facilitare la comprensione a un largo pubblico: cosa che, in effetti, sembra riuscire.

Pur non apportando un plus valore per quando riguarda l'informazione rispetto ad esempio a un servizio della cronaca, *Nouvo* ha il pregio di provare a raggiungere – attraverso uno specifico linguaggio – un altro tipo di pubblico, meno a suo agio con i normali canali d'informazione, stimolandolo e fornendogli interessanti piste di approfondimento.

Resta evidentemente delicato l'equilibrio tra da un lato la brevità e la schematicità e, dall'altro, la completezza, l'originalità e la pluralità dell'informazione. La vera e propria sfida è garantire, video dopo video, un prodotto che spieghi e semplifichi ma non banalizzi; che incuriosisca ma che non presti il fianco a pericolose lacune. Una sfida spesso – ma va detto non sempre – riuscita: alcuni video sono infatti realmente e positivamente informativi ed esplicativi, altri invece sono più nozionistici e aneddotici, mentre alcuni sembrano semplicemente elencativi. Si invita pertanto la redazione a chiedersi in ogni occasione se l'equilibrio sia garantito: la maggiore opportunità del prodotto può infatti costituire la più pericolosa criticità.

4. STRUTTURA DELLA TRASMISSIONE (RITMO E DURATA DELLA TRASMISSIONE, ANIMAZIONE, ORIGINALITÀ)

Si tratta di un prodotto innovativo nell'ambito dell'informazione che cerca di rispondere alle esigenze e alle modalità di fruizione del pubblico giovane (brevità, molte immagini, poco testo, ritmato, musica, animazione simpatica, montaggio accattivante). I video sono infatti molto brevi (circa un minuto) e sono caratterizzati essenzialmente da

immagini – a volte anche delle interviste – commentate da un testo in sovrainpressione (a volte a caratteri cubitali). Le immagini sono perlopiù accattivanti e i titoli in immagine attirano l'attenzione; i testi sono leggibili, strutturati, utilizzati con logica e permettono – seppur sempre con un grado di

Nouvo è un modo diverso di fare informazione attraverso brevi video sottotitolati e caratterizzati da un approccio didattico che si propone di spiegare la complessità del reale con un linguaggio semplice e diretto

attenzione richiesta elevata – di seguire il discorso (che si sviluppa rapido). Ottima l'idea del video fruibile sia con l'audio (interviste in lingua originale e musica adeguata al contenuto), sia senza audio affidandosi al testo in sovrainpressione (completo anche nel caso delle interviste). In questo senso, *Nouvo* è un format originale e al passo con i tempi, che in effetti può ambire a raggiungere anche un pubblico che non fruisce dei canali più tradizionali.

La lunghezza dei video permette di mantenere l'attenzione – o perlomeno di non far “passare ad altro” – pur dovendo di molto semplificare anche situazioni o problematiche complesse. Anche l'animazione e il ritmo convincono:

La trattazione dei soggetti è conforme ai principi stabiliti dalla Concessione, con un'informazione che è diversificata, corretta e – per quanto il poco tempo a disposizione lo permetta – spesso completa

la prima agile, innovativa e accattivante; il secondo incalzante e veloce (data la brevità dei video) ma non troppo rapido, sicuramente in linea con i tempi delle piattaforme a cui si rivolge; un ritmo che impone attenzione ma non pregiudica la comprensione. Forse per quanto riguarda la durata siamo al limite, anche se numerosi studi confermano che corrisponde al tempo massimo di attenzione. Una durata così contenuta potrebbe prestare il fianco a un'esagerata semplificazione, o come detto persino al rischio di banalizzazione dei temi o anche a un'informazione non completa, superficiale, unilaterale per forzata selezione delle informazioni.

5. MULTIMEDIALITÀ E INTERATTIVITÀ

Questi video hanno il pregio di essere stati concepiti esplicitamente per il web e i social media, quindi rispondono alle logiche di quelle piattaforme. Ad esempio, la non centralità dell'audio – sostituita in particolare dalle scritte – permette in effetti una visualizzazione più immediata e accessibile in ogni situazione (anche fra la gente), con il conseguente raggiungimento di un pubblico diverso dal solito.

Il numero di visualizzazioni è alto – a livello nazionale paragonabile ai video pubblicati da Tagesanzeiger, ma meno di quelli di 20 Minuten; a livello ticinese più contenuto ma comunque ragguardevole, con diverse migliaia di visualizzazioni. Tuttavia, Facebook considera una “visualizzazione” a partire da 3 secondi, anche senza nessuna

La vera e propria sfida è garantire, video dopo video, un prodotto che spieghi e semplifichi ma non banalizzi; che incuriosisca ma che non presti il fianco a pericolose lacune

Nouvo è un format originale e al passo con i tempi, che in effetti può ambire a raggiungere anche un pubblico che non fruisce dei canali più tradizionali

interazione dell'utente² (autoplay), per questo motivo non si tratta di un dato affidabile: le interazioni (like, commenti e condivisioni) sono molto più significative. Il fatto che il loro numero sia nettamente inferiore, fa pensare che in realtà la reale fruizione sia inferiore rispetto a quanto si possa pensare a prima vista. Occorre sicuramente lavorare su questo aspetto per poter realizzare pienamente il potenziale e gli obiettivi posti.

Da notare infine come i video terminino con una domanda, anche provocatoria o controversa, volta a stimolare l'utente verso ulteriori riflessioni, discussioni, approfondimenti: un aspetto, questo, sicuramente positivo, in linea con il mandato di servizio pubblico e anche con le regole dei *social media*, che a mente del Consiglio del pubblico giustifica di per sé l'operazione.

6. DOMANDE PER LA RSI

- Qual è lo scopo principale di *Nouvo* a mente della RSI: informare, incuriosire, educare/formare, far riflettere, sensibilizzare? E come giudica il raggiungimento di tale obiettivo?
- Qual è il margine di manovra della RSI rispetto alla SSR? Come avviene – e come è valutata – la collaborazione con i colleghi di RSR e SRG? Percentualmente quanti video vengono realizzati a livello sovranazionale/nazionale (tradotti) e proposti nelle varie lingue e quanti solo dalla RSI in italiano?
- Come e con quali criteri vengono scelti i soggetti dei video?
- Come sono giudicate le visualizzazioni dei video e i follower sulle varie piattaforme web? Vi è una strategia per incrementare i riscontri (in particolare quelli più interattivi)? Anche se è un format destinato ai social, perché non pubblicizzarlo anche in radio e TV?
- Vi sono collaborazioni tra la redazione di *Nouvo* e le altre redazioni informative della RSI? Contenuti e immagini sono prese o riprese ad esempio dal Quotidiano o dal Telegiornale? In che modo il modello *Nouvo* sta interagendo con l'informazione più tradizionale (web compreso)? Sono pensabili maggiori sinergie (dirette e indirette)?
- Quante risorse vengono impiegate?
- Come giudica la RSI l'efficacia di *Nouvo*? Viene misurata? Ci sono riscontri?

2. <http://uk.businessinsider.com/how-facebook-snapchat-youtube-vine-instagram-twitter-count-video-views-2016-10?r=US&IR=T/#-1>