

VerbanoNews

Le news del Lago Maggiore

Ci informeremo tutti su TikTok?

Maria Carla Cebrelli · Thursday, November 2nd, 2023

«*Lo ha detto la televisione*» è una frase destinata a finire nel dimenticatoio. Eppure **per la generazione dei più “grandi” ancora oggi la gerarchia e l'autorevolezza delle notizie sono quelle stabilite dalla scaletta dei telegiornali o dei quotidiani**, che siano essi cartacei o digitali. **Se invece provassimo a chiedere a un gruppo di ventenni**, quali sono le notizie del giorno, la risposta potrebbe essere la medesima dei loro nonni anche se **nessuno di loro molto probabilmente ha mai guardato un Tg**. Anzi, con buona probabilità nemmeno la home di un quotidiano. **L'informazione arriva comunque alle nuove generazioni** – che su alcune tematiche come l'ambiente, la società, la cultura della tutela della diversità, sono spesso molto più consapevoli – ma arriva da canali completamente diversi e **questo non significa necessariamente che sia di qualità inferiore**.

Sono sempre di più le voci del panorama giornalistico che hanno compreso che **per raggiungere il pubblico emergente occorre essere presenti dove lo sono loro**. Sembra banale ma è un po' come scegliere di frequentare i locali di chi vogliamo incontrare, se riteniamo che questo abbia un valore. Questo implica **entrare in sintonia, capire il linguaggio** (nel senso più ampio) del termine e farlo proprio. No, non serve usare “*Ehi bro*” per raccontare ciò che succede nel mondo, è un discorso molto più ampio. Tra le realtà dell'informazione che meglio ci sono riuscite **emerge sicuramente Will Media** che per le generazioni dei *Millennial* e della *Gen Z* è diventata un punto di riferimento per la sua capacità di essere presente sui social più usati, come Instagram e TikTok. «Sono le fasce di popolazione a cui ci dedichiamo in particolare – spiega **Francesco Zaffarano**, head of content di Will -. **Persone per cui l'accesso alle notizie avviene sempre meno attraverso siti e applicazioni proprietarie delle testate** ma sempre di più attraverso i social e che abitualmente sono portate a informarsi all'interno di questi canali».

Per molto tempo infatti, il dibattito sul rapporto tra i social network e la stampa **si è concentrato su Facebook (e su Twitter)**, dove le varie testate tendono, con modalità diverse, a pubblicare i link dei propri articoli per portare traffico sui rispettivi siti. **I giovanissimi però su Facebook non ci sono**. «Il pubblico a cui ci riferiamo – e qui sta uno dei primi aspetti del grande cambiamento – **richiede invece che i contenuti restino sulla piattaforma**. Per questo il nostro lavoro e la sfida o missione che ci poniamo è quello di tradurre quelle che sono le notizie più rilevanti in modo da renderle comprensibili e accessibili come richiede il linguaggio di questi canali. **Nella quotidianità noi facciamo un lavoro giornalistico a tutti gli effetti**, non facciamo il classico *reporting* o gli aggiornamenti dell'ultim'ora e non abbiamo inviati, facciamo un lavoro diverso ma che comunque segue gli stessi principi di accuratezza, attendibilità, verifica delle fonti e confronto con gli esperti»

Semplicità e banalità non sono sinonimi. **«Quello della banalità è un pregiudizio difficile da scardinare**, con cui si scontra chi cerca una chiarezza e semplicità del linguaggio. **C'è l'ossessione della superficialità perché i video sui social sono brevi** ma ci si dimentica che la durata media di un servizio del telegiornale è di un minuto e mezzo. I contenuti che proponiamo **hanno le stesse caratteristiche di un servizio di approfondimento classico**, anzi c'è un lavoro maggiore per ricercare un linguaggio che non sia da addetti ai lavori ma che davvero faccia capire quello che sta accadendo anche a chi, ad esempio per questioni anagrafiche, non conosce il pregresso o non segue le breaking news. Il giornalismo tradizionale spesso perde pubblico perché si dimentica di questo aspetto». **Su Will non troviamo un flusso continuo di aggiornamenti** ma una selezione accurata (e ristretta) di contenuti. **Scegliere che cosa è importante** in un contesto costellato da miliardi di informazioni, **è oggi l'essenza del ruolo del giornalismo**: «Nel nostro caso la scelta editoriale è quella di **fare un passo indietro e scegliere quali sono i contenuti che riteniamo più importanti e trovare il modo di raccontarli bene**».

Will è presente su diverse piattaforme che vanno da **TikTok** e **Instagram** dove funzionano i **video verticali** a **Telegram** e **Whatsapp** dove l'informazione deve assumere le caratteristiche della messaggistica, fino ai podcast **dove il racconto passa dal suono della voce**. **La parola scritta quindi non perde di significato a discapito dell'immagine ma si modella** in base al linguaggio che meglio può prestarsi alla narrazione.

È uno sforzo continuo che però ripaga: «Riteniamo che Will – conclude Zaffarano – sia **una modalità di raccontare il mondo diversa e non a caso abbiamo anche un modello di business diversi**. Lavoriamo ad esempio con le aziende per creare del *branded content*, non una comune pubblicità o un racconto di un prodotto ma **una comunicazione valoriale che abbracci nostri temi e principi**, che sono le direttrici su cui ci muoviamo. I clienti che si riconoscono e praticano questi valori vengono da noi perché sono interessati a posizionarsi in un certo tipo di racconto. Ultimamente abbiamo scelto un'ulteriore modalità per finanziarci che è ancora un unicum nel panorama dell'informazione, ossia una *membership* che permettere a chi ci segue di mantenere e sostenere il nostro lavoro. Diciamo loro “Sostienici come puoi” perché è questo che ci permette di fare il nostro lavoro e in più, per chi ci sostiene, abbiamo realizzato dei contenuti extra».

—

Di questi temi parleremo a Festival Glocal nel panel “Il giornalismo sui social network”, in programma il 9 novembre alle 16.30 al Salone Estense di Varese. [Qui i dettagli](#)

Foto [Pixabay](#)

This entry was posted on Thursday, November 2nd, 2023 at 10:22 am and is filed under [Scienza e Tecnologia](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.

