

# VareseNews

## L'ultima frontiera dell'informazione tra podcast e digital journalism. Gli esempi di Will e Chora Media

Pubblicato: Sabato 9 Novembre 2024



**Un giornalismo di frontiera o l'ultima frontiera del giornalismo** o forse il primo avamposto oltre il giornalismo. Il podcast e il digital journalism possono essere tutte e tre le cose. Di questo si è parlato nel primo incontro del mattino di sabato a Glocal, il festival del giornalismo di VareseNews, con **Francesca Milano**, head of Chora Live, e **Luca Castelli**, responsabile social di Will.

**Will e Chora Media** sono due realtà sorelle che condividono anche la stessa sede: «Non la chiamo redazione perchè siamo una media company che mette insieme competenze di diversi settori: abbiamo autori, social media manager, creator, creativi, videomaker» – ha spiegato Luca Castelli. «Competenze che lavorano insieme a differenza di ciò che avviene in una redazione dove la figura principale sono i giornalisti e gli altri sono figure collaterali» – ha spiegato Francesca Milano che ha aggiunto altre figure professionali necessarie per un podcast come il sound designer, e il producer.

Non per questo l'informazione che viene veicolata ha un valore minore anche perchè **è, come sempre, il lettore il giudice supremo e se i giornali perdono appeal a vantaggio di podcast e piattaforme social un motivo ci sarà**: cambia la società, cambiano gli strumenti, cambiano le esigenze.

Nell'ambito del podcasting si tratta di approfondimenti verticali creati per community molto circostanziate e super interessate: «I podcast sono essenzialmente un approfondimento di un fatto o di una storia. Ci sono i podcast che analizzano fatti del passato come la maggior parte delle storie crime

oppure quotidiani che approfondiscono una notizia o una vicenda». Anche per quanto riguarda Will l'attenzione alle regole del giornalismo è fondamentale e il pubblico è una comunità che cerca quel tipo di informazione: «Quando scegliamo un tema da trattare che sia attraverso un video o un meme l'attenzione ai dati e alla veridicità è comunque fondamentale».



Queste due realtà, così come altre (Torcia o Factanza), sono da qualche tempo sotto la lente d'ingrandimento dell'Osservatorio del Giornalismo Digitale realizzato in collaborazione con il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti anche perchè l'intreccio tra marketing e informazione è continuo e necessario. Francesca Milano ha spiegato che nel processo di scelta della realizzazione di un podcast la questione della sponsorizzazione è importante: «Quando si tratta di storie esterne, che richiedono anche uno sforzo economico perchè va pagato l'autore, questo aspetto va tenuto in considerazione».

In Will, invece, il ragionamento alla base delle **partnership pubblicitarie** si basa sull'accettazione da parte del committente di sposare una linea di cambiamento: «I progetti commerciali – ha affermato Luca Castelli – sono integrati coi progetti editoriali. I contenuti in partnership riguardano temi di cui parleremmo comunque ma senza budget sarebbe impossibile realizzarli. I partner che ci scelgono non entrano nel contenuto. Un'azienda che collabora con noi deve far parte del cambiamento».



Infine è stato affrontato il tema dei dati: «A Chora i dati sono fondamentali per valutare un progetto ma non sono l'unico metro di giudizio. **La principale piattaforma di distribuzione che è Spotify** (70% del mercato, gli altri sono Apple Podcast e Amazon) ha un problema di discoverability che ci penalizza e fa entrare e uscire un podcast dalla classifica seguendo diversi criteri. Abbiamo podcast a cadenza quotidiana o settimanale che hanno un pubblico importante (anche 100 mila ascolti) mentre sono rari quelli seriali che hanno successo (come ad esempio Pablo Trincia)». A Will i dati sono fondamentali per capire cosa si aspetta il pubblico: «Siamo una realtà data driven e abbiamo una figura specialistica che analizza i dati».

Redazione VareseNews  
redazione@varesenews.it