
Settimanali diocesani: Gente Veneta, nasce GVperTE, primo esempio di mobile journalism di approfondimento

Gente Veneta, il settimanale della diocesi di Venezia, presenta un nuovo prodotto editoriale tutto in digitale. Dove lo smartphone diventa protagonista a tutti gli effetti. Da venerdì 7 luglio è on line “[GVperTE](#)” un format in tre filoni consultabili on line - personalizzabili anche via posta elettronica - per raccontare in modo unico e originale Venezia, il territorio che la circonda, le novità dal mondo ecclesiale, la vita della Chiesa di Venezia, ma anche l’ambiente, la sostenibilità, il benessere e la salute. Le tre sezioni sono Crux (dedicato al sacro e ai temi della solidarietà), Green&Salus (ambiente, salute, benessere, tecnologia), Ve-nice (tutto il bello che c’è di arte e cultura a Venezia). Il tutto raccontato in stile giornalistico, come nei giornali di carta ma in questo caso esclusivamente in digitale, con lo stile che contraddistingue Gente Veneta, sempre attenta al racconto delle persone e delle comunità del territorio, con articoli, immagini e contenuti multimediali. Per la prima volta si tratta di un prodotto non solo realizzato per l’on line e in particolare per il cellulare, ma fatto con il cellulare: i servizi vengono infatti realizzati con video e testi fatti direttamente con lo smartphone e “caricati” sul portale. GVperTE nasce da un’idea della redazione di Gente Veneta che, per poterla sviluppare, ha cercato sostegno economico partecipando a un bando del Dipartimento per l’informazione e l’editoria. L’idea è stata ritenuta valida sul piano dei contenuti e soprattutto dell’innovazione tecnologica, tanto che il progetto presentato si è classificato terzo in Italia: grazie al contributo economico è stato possibile avviare il nuovo progetto, attivando e sviluppando il nuovo portale, implementato grazie a nuovi supporti tecnologici e curato nei contenuti da due giornalisti. GVperTE va così ad aggiungersi agli altri prodotti editoriali, Gente Veneta cartaceo e www.genteveneta.it arricchendo l’offerta e il target di riferimento.

Patrizia Caiffa