

***Rai - Rai Cinema, Paolo Del Brocco:
“Andiamo su TikTok per far conoscere il
mondo del cinema ai ragazzi”***

Roma - 10 gen 2022 (Prima Notizia 24) Rai Cinema porta il grande cinema italiano su TikTok. Compie poco più di un mese di vita il canale Rai Cinema “@raicinema” per portare a tutta la community della piattaforma il dietro le quinte del mondo del cinema, i suoi mestieri e le sue meraviglie. Un ennesimo successo per Paolo Del Brocco numero uno di Rai Cinema.

Si tratta di un progetto nato in collaborazione con TikTok Italia che nello stesso giorno – in occasione dell'inizio delle Giornate Professionali di Cinema a Sorrento – ha rilanciato l'hashtag #CinemaTok per promuovere la cultura cinematografica. La collaborazione con Rai Cinema si snoda anche intorno ad altri specifici hashtag trending sulla piattaforma, come #ImparaConTikTok e #DietroLeQuinte. Paolo Del Brocco, Amministratore Delegato di Rai Cinema non fa che ripetere che “E’ fondamentale investire e dedicare la massima attenzione alle nuove piattaforme creando contenuti capaci di interessare i ragazzi nei loro mondi digitali. Andiamo su TikTok – sottolinea il manager della TV di Stato- per far conoscere ai ragazzi il mondo del cinema usando lo stile specifico della piattaforma. In particolare, per i creators crediamo che i contenuti sui mestieri del cinema possano essere di particolare interesse così come il dietro le quinte dei festival e degli eventi per il grande pubblico”. Rai Cinema – precisa una nota ufficiale di Viale Mazzini- “intende mettere al servizio della community la propria esperienza ventennale legata al mondo della produzione audiovisiva e della divulgazione della cultura cinematografica italiana contribuendo così ad alimentare il rapporto sempre più stretto tra la piattaforma e il mondo del cinema”. Dopo il Ministero della Cultura (@mictok), la Galleria degli Uffizi (@uffizigalleries) e la Camera Nazionale della Moda Italiana (@cameramoda), anche Rai Cinema arriva dunque sulla piattaforma di intrattenimento per promuovere il linguaggio cinematografico anche attraverso nuovi stili e formati. Su TikTok non ci sono solo balletti: la piattaforma, infatti, è largamente utilizzata dai creator e dagli utenti per fruire contenuti educational ed entertainment. Sempre più Istituzioni a livello italiano ed internazionale stanno quindi aprendo profili per rivolgersi al pubblico della piattaforma. L'intrattenimento è uno dei generi più amati dal pubblico della piattaforma, il quale è particolarmente interessato al tema cinema. I contenuti cinematografici con gli hashtag italiani a tema cinema hanno ottenuto oltre 260 milioni di visualizzazioni: #CinemaTok (101M di views), #cinematiktok (62 di views), #cinemaitaliano (49M di views), #filmdavedere (41M di views), #tiktokcinema (12M di views). Con gli hashtag #CinemaTok e #Cinemaitaliano saranno messi a disposizione della community i materiali della ricca library di Rai Cinema Channel – un patrimonio audiovisivo del meglio del cinema degli ultimi 10 anni dalle interviste esclusive ai protagonisti del cinema italiano fino alle clip dei red carpet dei grandi festival cinematografici nazionali e internazionali.

#ImparaConTikTok – e di questo Paolo Del Brocco ne va fiero- sarà al centro di specifici storytelling sui mestieri del cinema e di percorsi innovativi focalizzati su alcune importanti e attualissime tematiche sociali trattate dai migliori cortometraggi e documentari italiani. In tale ambito educational, con l'hashtag #DietroLeQuinte, verranno spiegati e messi a fuoco alcuni degli aspetti più significativi del processo di produzione di un film in cui verranno svelati per esempio i retroscena del making of di un'opera potenzialmente di grande interesse per i creators. Un nuovo canale di comunicazione nell'ambito di un percorso di innovazione e sperimentazione sui linguaggi con il lancio della prima App di realtà virtuale nel 2018, la pubblicazione di due libri dedicati alle nuove tecnologie immersive e ai nuovi storytelling digitali e lo sviluppo di numerosi progetti transmediali a tematica sociale che hanno portato all'attenzione dei più giovani- sottolinea la nota di Viale Mazzini-“ tematiche di grande attualità come le challenge online, il “revenge porn” o il fenomeno degli “hikikomori” .

di Pino Nano Lunedì 10 Gennaio 2022