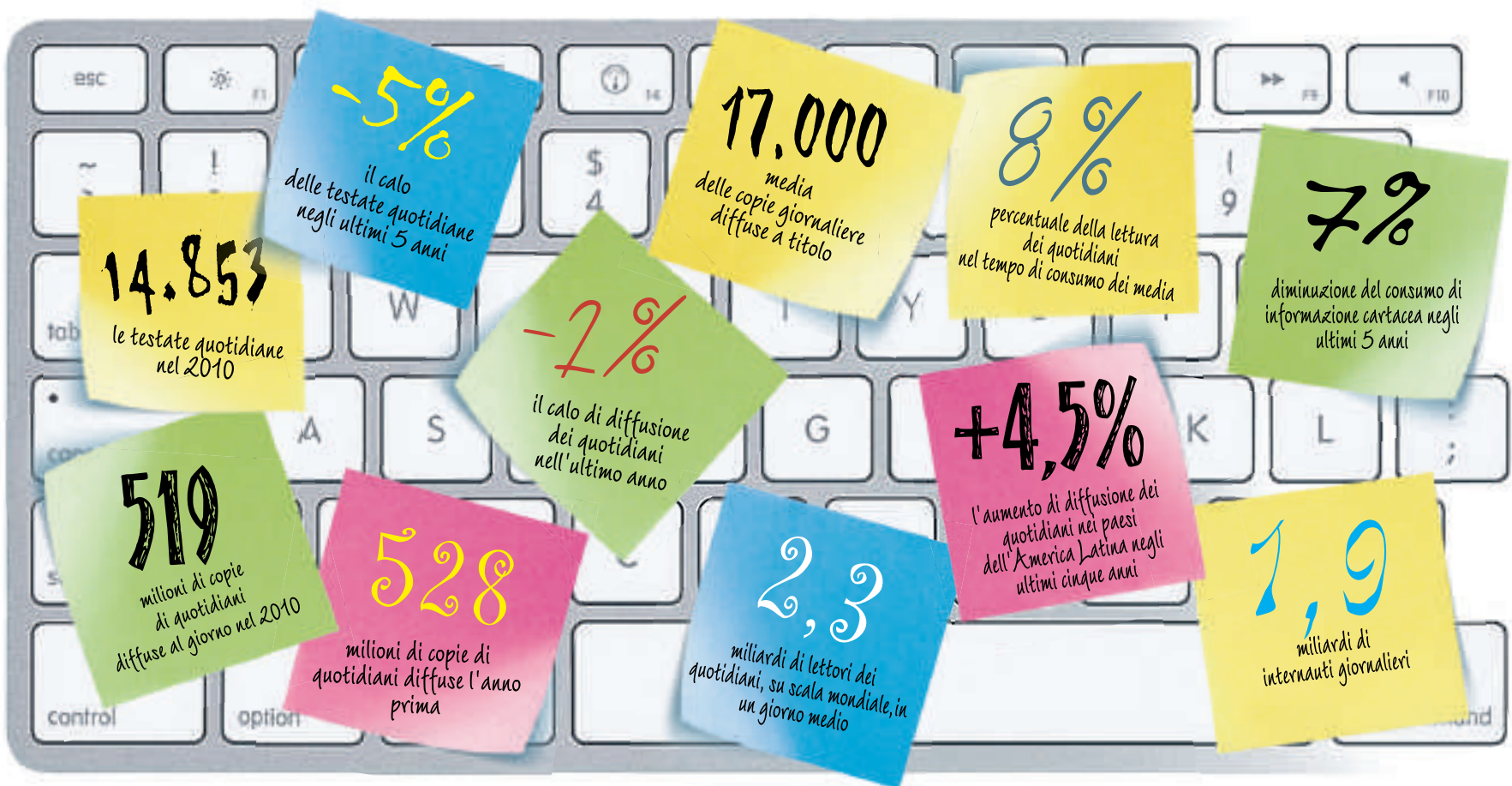


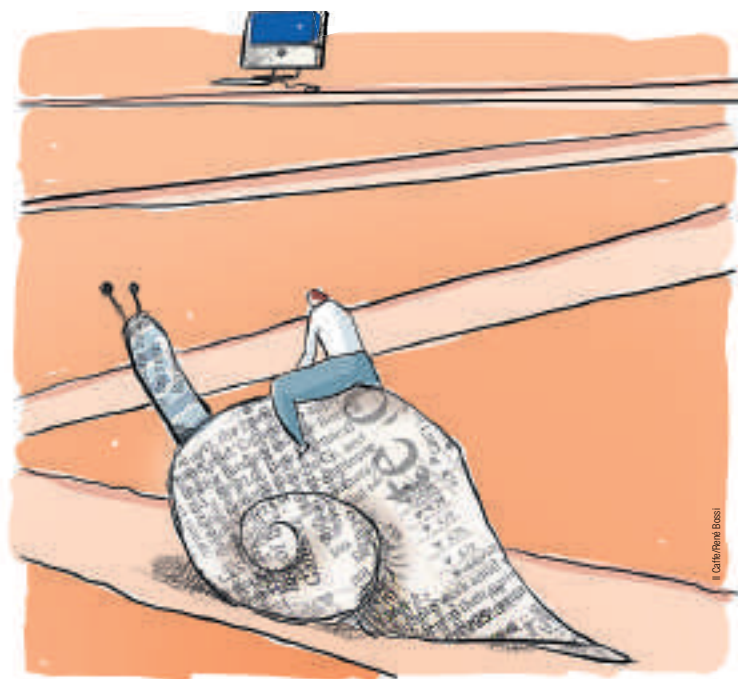
L'INFORMAZIONE

Alla sofferenza delle testate occidentali si contrappone il dinamismo dell'Oriente e la "primavera" della diffusione della stampa nei Paesi dell'ex blocco sovietico



Le ansie e le rinascite dei 'vecchi' giornali tra i tentacoli del web

L'editoria nel tritattutto mediatico delle news fai da te



Finita nell'enorme tritattutto unificato definito "informazione", la stampa quotidiana sta vivendo forse la sua peggior crisi d'identità. Era sfuggita al demone della concorrenza radio-televisiva e si ritrova tra i tentacoli del web, delle notizie in tempo reale diffuse da smartphone e tablet. Davanti un futuro incerto, dove sembra che nessuno sia disposto a pagare per

le notizie e per l'approfondimento competente. Un futuro incerto tanto ad Ovest - dove già si contano a milioni i lettori che preferiscono la versione digitale su display di ogni formato, rispetto alla vecchia, tradizionale carta stampata - quanto ad Est, dove evidentemente le connessioni wi-fi non hanno ancora fatto breccia (o la paga oraria ancora non consente gadget elettronici) e i quotidiani vivono una sorta di mancata gio-

vinezza, con tanto di strilloni a frotte per le strade alle prime luci dell'alba. Ma è una crisi soprattutto di ruolo, di autorevolezza, di credibilità. Insomma, difficilmente oggi qualcuno userebbe, per il mondo del giornalismo quotidiano, le parole usate nel 1787 dal presidente Usa Thomas Jefferson: "Se fossi costretto a scegliere fra un governo senza giornali, o giornali senza un governo, non esiterei a preferire la seconda scelta".

ALL'OVEST

GUIDO OLIMPIO, da Washington

Il sistema è quello che avete visto in migliaia di film. All'alba i distributori attraversano, strada per strada, i sobborghi delle città composti da villette con il prato curato. E li fanno planare sul vialetto o sull'erba una copia del giornale al quale siete abbonati. Arrivano sempre. E sono molti attenti alle previsioni del tempo. Se è prevista pioggia avvolgono il quotidiano in un sacchetto di plastica doppio, così quando lo andate a raccogliere non correte il rischio che sia una poltiglia. Una missione, quella dei lanciatori, per tenersi stretti gli abbonati. E una volta era quasi scontato averli. Oggi è una vera battaglia e devi inventarti qualcosa per attirarli. Lo status della stampa americana - grande e piccola - non è diverso da quella europea. Forse è anche peggio. Una decina di giornali di medio livello hanno chiuso. Tutti a casa. Un sacrificio che ha fatto sparire anche testate "vecchie" per gli standard americani. Ancora peggio è andata per quotidiani minori. Ne hanno affossati a dozzine. La colpa è della crisi. Non

Molti hanno chiuso sedi di corrispondenza all'estero, ma anche gli uffici di Washington

c'è denaro, coprire gli eventi costa e i ricavi sono magri. Senza contare che l'America, pur essendo interessata a quanto accade in Kentucky o Iowa, è la superpotenza e dunque non puoi ignorare quanto avviene lontano dai confini. Ci sono conflitti da seguire, crisi da osservare perché possono avere conseguenze nel mitico cortile di ogni casa americana. Lo stesso dove dovrebbe atterrare ogni mattina il quotidiano.

La situazione è tale che a parte alcune grandi testate - come il New York Times o il Washington Post - le redazioni hanno chiuso molte sedi di corrispondenza all'estero. Se accade qualcosa mandano - quando possono - un inviato oppure si appoggiano a collaboratori. Ma l'austerità, risolto non meno serio, ha colpito anche all'interno. I quotidiani hanno

Dove i tablet sono una cima a cui aggrapparsi Gli "sfogliatori" diventano una valida alternativa alla varietà di informazioni della rete

ridimensionato o cancellato i loro uffici a Washington. Non è cosa da poco. Perché seguire i lavori del Congresso vuol dire avere informazioni di prima mano su delibere che hanno un impatto nazionale. Senatori e deputati portano a D.C. le istanze degli elettori, serve poi che qualcuno faccia da cane da guardia. Verifici budget, iniziative, leggi. Gli americani saranno pure virtuosi ma non mancano neppure sulle rive del Potomac scandali e scandaletti. Alla tenaglia asfissiante dei costi si è aggiunta quella di internet. Milioni di americani si informano e seguono quanto avviene attorno a loro sul web. La diffusione delle reti senza fili - spesso gratuite in libreria, locali pubblici, centri commerciali - ha rappresentato un incentivo. Ti colleghi facilmente con il tuo portatile e senza spendere nulla o quasi. Questo ha spinto i giornali a potenziare le loro edizioni online. Formidabile quella del New York Times, che tuttavia ha sofferto quando ha introdotto l'abbonamento. Va invece fortissimo, nonostante si debba pagare, il Wall Street Journal. Merito della sua specializzazione. Pur schierato - e non lo nasconde - attrae non solo chi si interessa di economia e alta finanza, ma anche un lettore che gradisce una formula dove notizie e analisi si combinano alla perfezione. Un successo confermato nelle vendite della

I casi Il fenomeno tutto americano dei "newspaper on Twitter"

Fa un po' pensare all'evoluzionismo di Darwin applicato ai media quel ripetuto "de profundis" della carta stampata intonato dalla diffusione delle news digitali. Ma fa anche un po' riflettere il fenomeno (per ora tutto americano) che ha portato quest'anno, per la prima volta, ad inserire il social network Twitter nelle statistiche dei lettori. Impensabile fino a poco tempo fa, ma sono milioni i lettori Usa che, anziché perdere tempo nello sfogliare i quotidiani, si accontentano delle notizie lampo condensate in 130 battute. Nella classifica "Newspaper on Twitter", che elenca la top 25 dei quotidiani che diffondono più "cinquettii", primeggia il New York Times con oltre 3 milioni di lettori, seguito dal Chicago Tribune (830mila) e il Wall Street Journal con 750mila e così via. Vale la pena notare che i followers Twitter dei giornali Usa superano già i numeri di vendita dei giornali italiani.



versione cartacea. Il boom digitale ha indotto alcune testate a soluzioni drastiche: usciamo solo su internet. Altre hanno optato per l'ibrido. Nella zona di diffusione si affidano al quotidiano tradizionale mentre nel resto del Paese la presenza è "virtuale", ossia affidata al web. Sempre lungo i sentieri della rete si amplificano le notizie lanciate attraverso Facebook e Twitter. Più ancora che in Europa, al fianco delle testate gloriose, si sono ritagliati una fetta di lettori i siti di notizie o inchiesta. Su tutti il caso dello Huffingtonpost, vero fenomeno editoriale. Un sapiente cocktail di temi seri - come la guerra in Afghanistan o la crisi economica -, cronaca nera, spettacolo, animali, scuola e una spolverata di "strano ma vero". Senza dimenticare gallerie di belle foto. Ti informi e al tempo stesso puoi distrarti. Non meno significativo il sito "Politico", con ottime fonti nell'establishment. Altra realtà speciale è "Pro-pubblica". Un mecenate ha raccolto un pugno di giornalisti investigativi che conducono inchieste che danno poi gratis a qualche giornale. Il risultato è

I lettori devono essere davvero affezionati per acquistare un giornale durante la settimana

stato eccellente. Le grandi testate provano a manovrare. E spesso puntano sul locale. In prima c'è sempre una foto o una notizia della città. Altro "fronte" è quello dei "pacchetti". Puoi abbonarti solo per il fine settimana, quando i giornali sono pieni di inserti e hai più tempo per leggere. Oppure offrono soluzioni convenienti che permettono di ricevere il cartaceo sulla porta di casa e di accedere poi al sito. Ma devono combattere con le unghie e i denti. Oggi su internet c'è una tale varietà di informazioni che il lettore deve essere davvero affezionato per comprare un quotidiano. E poi deve avere il tempo per sfogliarlo. A meno che non lo aiuti fornendogli una strada diversa. Ed è così che i famosi tablet - come l'ipad - diventano la cima a cui aggrapparsi per uscire da acque tempestose.