

Come negli USA: quando i blog strappano giornalisti

Pubblicato: Martedì 20 Aprile 2010



Per quanto possa sembrare piccolo e marginale, l'esperimento del primo quotidiano on-line diretto da Sofri, "[ilPost.it](#)", ha un sapore decisamente innovativo. Un quotidiano diretto da una delle firme più apprezzate della carta stampata, con contenuti che arrivano da alcuni dei blog più letti del paese. L'editore di questo progetto, [Banzai](#), è poi un editore emergente, decisamente agile sul web e particolarmente aggressivo.

Si tratta di una **forma alternativa di informazione** che strizza l'occhio a quello che sta accadendo in questi mesi oltreoceano. Perché negli Stati Uniti l'informazione on-line non è fatta solo di New York Times e CNN. Tra i vari protagonisti, ormai, c'è anche il portale [Aol](#), uno dei più grandi protagonisti della storia di Internet. Abbandonando la vocazione dei motori di ricerca (che lascia a Google) Aol si è concentrata sul mondo dell'informazione, con una strategia ben precisa. Ha attirato dai giornali di carta in crisi **le firme più prestigiose**, affidandogli un blog. Così facendo **i giornalisti godono di autonomia e libertà**, mentre Aol pur non costruendo una vera e propria redazione unitaria, ha portato sul suo portale nomi prestigiosi in grado di **attirare l'attenzione e fare dibattito**. In pochi anni Aol ha strappato agli editori tradizionali una redazione composta da **500 giornalisti e 1.500 freelance**.

Si tratta di un tipo di informazione completamente differente rispetto a quella a cui ci ha abituati la carta stampata. Decisamente verticalizzata e personalizzata, e anche più facile da vendere agli sponsor. Per quanto i numeri siano decisamente più piccoli, non è da escludere un parallelo tra Aol e Banzai. Questo nuovo editore italiano con oltre 250 collaboratori e più di 50 milioni di ricavi nel 2008, è oggi il terzo operatore italiano nell'ambito media internet (prima di RCS e Gruppo Espresso). Sulle sue pagine, che includono portali popolari come [Liquida](#), [Studenti.it](#) ed [ePrice](#), passa ogni mese oltre **il 30% del pubblico italiano di Internet**. Escludendo l'esperimento di Liquida a Banzai, rispetto ai concorrenti, mancava solo l'informazione: ilPost potrebbe essere un esperimento in questa direzione. La strada che sta seguendo è simile a quella di Aol e potrebbe dare fastidio, in futuro, al mondo dell'editoria tradizionale. L'online può regalare alle grandi firme una nuova indipendenza (cosa che è accaduta, tra l'altro, **agli ultimi giornalisti premiati dal Pulitzer**), una sirena decisamente interessante per i giornalisti. L'editoria tradizionale, per non affondare, dovrà concentrarsi su quello che solo una redazione unita ed articolata può dare: **le notizie**.

Un "problemino" del quale in questi ultimi mesi si è resa conto anche Aol. Per ora da quelle parti si prova a rispondere alla carenza di "carne al fuoco" con due progetti. Il primo è [Seed](#), un ambizioso portale dedicato al **citizen journalism**, cioè alle notizie generate dai cittadini (ma anche da giornalisti

free-lance vittime della crisi, le notizie vengono pagate). Il secondo è la cooperativa creata da Aol, **Patch.org**: Patch.org è una cooperativa di finanziamento per i **giornali ultralocali on-line**, i giornali di provincia. In cambio di una maggiore sicurezza economica, questi giornali stanno già fornendo ad Aol migliaia di notizie, più difficilmente intercettabili dai giganti dell'editoria tradizionale.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it