

Comincia l'avventura dell'Huffington Post italiano

Pubblicato: Lunedì 24 Settembre 2012



L'HuffPo sbarca in Italia. La versione nostrana del "blog" statunitense di Arianna Huffington verrà lanciato il 25 settembre, naturalmente online.

Grazie all'intesa tra Huffington Post Mediagroup e il Gruppo editoriale Espresso nasce anche in Italia la versione del popolare giornale d'informazione/blog che in pochi anni è diventato il sito più visitato al mondo.

A dirigere l'HuffPo italiano sarà Lucia Annunziata, conduttrice del programma in *1/2 Ora* in onda su Raitre. La giornalista sta lavorando da mesi insieme alla sua redazione per stabilire la linea della nuova creatura web.

Sull'ultimo numero de l'Espresso è uscita un'anticipazione di quello che sarà:

Dell'HuffPo made in Usa resta il format, resta il titolone multicolore, restano fotomontaggi a tutto schermo e ritmi veloci che alternano le news, rimane insomma l'impronta. Quel che cambierà saranno i temi. Già. Il direttore Lucia Annunziata, da qualche settimana in redazione per sfornare i numeri zero, ha fatto le cose a modo suo: «Sarà che sono donna, sarà che sono convinta che nell'Italia della crisi l'intrattenimento, il gossip e le divette non ci possano più stare, fatto sta che non ce le metteremo», racconta.

La Terza Colonna

Chi si aspettava, insomma, la celebre "terza colonna" di Huffington Post, quella che negli Stati Uniti è super-cliccata e ospita le notizie leggere, le fotogallerie più osé e le vite segrete di star e guru degli States, resterà spiazzato. In quello spazio l'Huffington italiano «punta invece sull'approfondimento della cronaca bianca, o anche rosa, ma con uno stile più adatto al nostro mercato. Noi italiani abbiamo già dato su un certo gossip, e quello che negli Usa ancora sfonda il muro del curioso qui è già visto e non lo troverete», aggiunge. Anche sulle news l'approccio vuole essere nuovo: «Ci saranno notizie scritte da noi, con quattro reporter fuori dalla redazione che mandano i pezzi in tempo reale. Niente lanci di agenzia, ma un taglio "editorializzato" del fatto, più approfondito e pensato. E soprattutto cambi veloci sulla home page, ogni due o tre ore. L'obiettivo è tracciare una scia fra i grandi siti di news generalisti e il giornale del giorno dopo».

Punto di forza dell'Huffington italiano, proprio come negli Usa, saranno i blog. Sul tavolo di Lucia Annunziata ci sono già 180 nomi di blogger che lavoreranno on line sul sito. Oltre che i social network:

Pagina Facebook e Twitter.

Il personale

Al lavoro ci sono dodici giornalisti fissi, direttore compreso, e una decina di freelance. Tutti scelti assieme alla casa madre americana. Giovani (età media attorno ai trenta), almeno bilingui (inglese ottimo, altrimenti a casa), internettiani della prima ora. «Inappuntabili», garantisce Annunziata, «valutati, uno per uno, dagli Usa». Come? Via Skype. Niente curriculum all'italiana, insomma, ma colloquio sul Web rigorosamente in inglese.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it