

R2
La rivincita dei blogger
i guru dell'informazione

dal nostro corrispondente
FEDERICO RAMPINI

TI ACCORGI che qualcosa sta cambiando quando nella conferenza stampa Barack Obama, di fronte a una selva di mani alzate, sceglie di dare la parola al corrispondente di Politico.com, un blog. È lo stesso a cui la Casa Bianca assegna uno dei rari posti sull'Air Force Two.

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE
FEDERICO RAMPINI

Ti accorgi che qualcosa sta cambiando quando nella conferenza stampa Barack Obama di fronte a una selva di mani alzate sceglie di dare la parola al corrispondente di Politico.com, un blog. È lo stesso corrispondente a cui il protocollo della Casa Bianca assegna uno dei rari posti in prima classe sul volo charter (ribattezzato Air Force Two) che segue il presidente in trasferta all'estero. Quell'onore fino a poco tempo fa era riservato agli anchor di Cnn e alle grandi firme del New York Times, Washington Post. Ma questi piccoli segnali di rispetto non fanno che ratificare un dato di fatto: l'intero establishment di Washington si sveglia al mattino se-

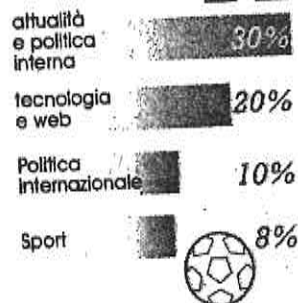
guendo le regole di un rituale nuovo. Mentre sulla radiosveglia gracchia il notiziario di Npr, mentre lo schermo tv è acceso sulle cable-news di Fox o Msnbc, gli occhi assonnati s'incollano prima di tutto all'iPhone o all'iPad per scorrere la prima email mattutina di Mike Allen: è il condensato delle notizie (e qualche volta degli scoop esclusivi) che segneranno l'agenda politica del giorno. Il blogger Allen si arroga il diritto di aprire la sua email con questo titolo: "Se leggete una sola frase...". Segue l'incipit dell'articolo che Allen considera come il più importante del giorno, scelto da uno dei media tradizionali e non. Sabato l'onore è toccato al New York Times, con la prima frase di un articolo dove si rivelano i timori del Pentagono su una no-fly zone libica protratta per molti mesi.

SEGUE NELLE PAGINE SUCCESSIVE
CON UN ARTICOLO DI CAFERRI

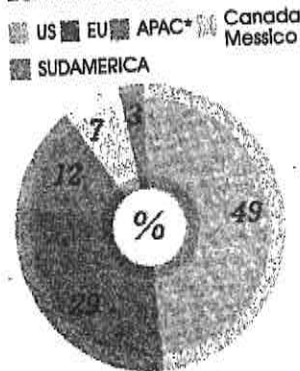
I blog in Italia

- **2 milioni**
i blog creati dal 2002
- **400 mila**
i blog attivi
- **1500**
i nuovi blog aperti ogni giorno
- **10 milioni**
i contenuti pubblicati ogni anno in Italia nei blog: principalmente testi ma anche immagini e video

I temi in Italia



Diffusione nel mondo



*Asia, Area del Pacifico e Africa

(segue dalla prima pagina)

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE
FEDERICO RAMPINI

Un onore, davvero: per i giornalisti del *New York Times* "finire primi" nella selezione mattutina di Allen è un riconoscimento. Questa è l'era in cui la "madre dei super-blog" Arianna Huffington ha varato una fusio-

Ci sono giornalisti di vecchia data che si sono re-inventati, ma anche ventenni diventati celebrità

ne alla pari con Aol, pioniere di Internet, e oggi parte alla conquista dell'Europa aprendo a Londra la sua prima edizione oltreoceano. Eppure quando nacque *The Huffington Post* era un paria, un outsider, occupava una nicchia marginale sul mercato dell'informazione. Ora il *New York Times* celebra il trionfo degli ex-outsider, divertiti dalle autentiche potenze. I nuovi Vip del giornalismo americano si chiamano Brian Beutler, 28 anni, reporter per il sito *Talking Points Memo*. Dave Weigel, 29 anni, inviato politico del blog *Slate*. Matt Yglesias, 29 anni, che creò il suo blog quando era ancora studente a Harvard e oggi è una star dell'informazione online. Poi ci sono anche i meno giovani che grazie al blog hanno conosciuto una seconda vita: il caso più celebre è quello di Andrew Sullivan, ex direttore del magazine elitario *The New Republic*, che si è "reinventato" con il suo blog *The Daily Dish* (il piatto quotidiano), oltre 300.000 lettori quoti-

SEGUE

SEGUE

diani.

La potenza dei blogger non ha un colore politico uniforme, investe tutto lo spettro dei partiti e delle ideologie: la Huffington è una iper-progressista che critica regolarmente Obama da sinistra, Sullivan è decisamente un conservatore. Ma dietro di loro, sono i ventenni la vera forza d'urto di questo fenomeno. Sbarcati a Washington 4 anni fa come dei bohémien, squattrinati e privi di accesso alle fonti politiche importanti, da allora

sono stati proiettati ai vertici dell'establishment mediatico. Un altro segnale aneddotic della loro potenza: i "fan" si passano nomi e indirizzi dei locali notturni frequentati dai blogger, proprio come se fossero divi del cinema o rapper. Gli avvistamenti più frequenti sono al Black Cat, un club di musica all'angolo fra la 14 Strada e la S, e il 9:30 Club, al numero 815 della V Street. Con un po' di fortuna potreste vederli sorseggiare una birra allo stesso tavolo con alcu-

ni dei consiglieri di Obama che sono loro coetanei (anche lo staff della Casa Bianca ha fatto un balzo generazionale inaudito: alcuni membri del *National Security Council* sembrano stagisti laureandi).

Qual è l'impatto reale di questa generazione di ventenni sull'informazione politica americana? Nessuno mette in discussione il loro talento, né il fatto che abbiano riempito uno spazio di mercato: a cominciare dai lettori della loro stessa generazione, che consumano notizie sotto la forma abbreviata, sincope, dei messaggi su Twitter e su Facebook. I media tradizionali ne hanno preso atto, cooptando come nuove firme alcuni di questi blogger. Il *Washington Post* ha ospitato sul suo sito per 3 mesi i commenti di Dave Weigel; dopodiché il blogger è stato ingaggiato come commentatore dalla cable-tv di sinistra *Msnbc*, la rivale di Fox. Ezra Klein, che da studente alla *University of California Los Angeles*

I fan si scambiano messaggi su dove incontrarli all'ora di cena o per l'aperitivo

era stato bocciato come aspirante redattore del giornale universitario, dopo il successo del suo blog è stato assunto come opinionista da *Washington Post* e *Newsweek*. Klein riconosce che l'ingresso in un "tempio del giornalismo" come il *Washington Post* ha trasformato il suo modo di lavorare: «La verifica delle notizie, il controllo delle fonti, tutto ciò avviene secondo un metodo formalizzato, con delle regole da seguire, un atteggiamento più cauto e responsabile». Questo non gli ha impedito uno scivolone nelle vecchie abitudini del blogger d'assalto, che gli è costato caro. Attaccando il senatore Joe Lieberman per il suo voto contro la riforma sanitaria di Obama, Klein lo accusò di «preferire la morte di centinaia di migliaia di pazienti, pur di regolare qualche vecchio rancore politico». Una frase imperdonabile secondo un blogger avversario, il conservatore Tucker Carlson del *Daily Caller*. Sommerso dalle polemiche, Klein ha finito per

dimettersi dal *Washington Post*.

L'episodio sembra dare ragione a chi considera questo neo-establishment dei blogger-Vip come un decadimento del giornalismo americano. Superficiali. Fazioi. Virulenti fino all'insulto (in America, grazie alla libertà d'espressione garantita nel Primo Emendamento, le querele sono praticamente impossibili). Lo storico dell'informazione Douglas Brinkley, sul *New York Times* stigmatizza l'ascesa troppo rapida di

Il successo è tale che ha costretto anche le testate più importanti ad aprire loro le porte

questi ventenni che hanno bruciato le tappe, arrivando nel cuore della politica a Washington senza essersi fatti le ossa in un mondo più vasto: «Un tempo le grandi firme facevano il giro degli uffici di corrispondenza all'estero, quando arrivavano a Washington avevano un background globale. Ora dominano dei reporter che sono bravi nel marketing di se stessi, ma superficiali». Sullivan al contrario esalta il fenomeno dei blogger ventenni che fanno opinione nella capitale «perché ha spalancato la professione del giornalista ai giovani, imponendo nuovi linguaggi». Il formato dei blog ha un vantaggio indubbio: lo spazio non costa come sulla carta, quindi chi ha tempo e voglia e talento può approfondire temi complicati (la riforma sanitaria, il deficit di bilancio). «Mi considero prima di tutto un divulgatore» dice Yglesias.

Il direttore del *New York Times*, Bill Keller, scende in campo personalmente per descrivere il ruolo dell' "ammiraglia"

di tutti i quotidiani (1.100 giornalisti), in quella che lui definisce «l'era dell'informazione-guerriglia» con un'allusione anche al fenomeno WikiLeaks (altro terremoto recente di questo settore). Dai blogger militanti a Julian Assange, tutti in qualche modo mettono in discussione la centralità della stampa. «Crediamo ancora - scrive - nella verifica delle notizie. Diamo un valore superiore al rigore, alla precisione, rispetto alla sensazione. Vogliamo che i nostri articoli possano reggere ad ogni esame. Alcuni dei nostri critici sostengono che l'obiettività è irraggiungibile, oppure noiosa, quindi perché inseguirla?». Ma Keller spiega anche la ricerca dell'imparzialità «non significa essere neutrali, né dare lo stesso peso ad ogni punto di vista, anche i più strampalati: come chi continua a sostenere che Obama non è un cittadino americano; no, l'imparzialità è una disciplina».

Nella trasformazione costan-

SEGUE

SEGUE

te del prodotto-giornale, il rapporto con la blogosfera somiglia alla "distruzione creativa" teorizzata dall'economista Joseph Schumpeter. I blog nascono e muoiono, la selezione della specie fa emergere i soggetti più resistenti: e anche quando non finiscono per essere cooptati dai media tradizionali, l'idea di doversi misurare continuamente con un "giornale di riferimento" come il *New York Times* non è affatto morta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fenomeno blog

1999

I blog nascono negli Stati Uniti



500 milioni

Secondo Universal McCann il numero di lettori di blog nel mondo

2003

La prima piattaforma fu Blogger acquisita nel 2003 da Google



150 milioni

L'audience dei blog negli Usa, secondo l'Online Journalism Review

30 milioni

Download totali superati da WordPress 3.0

1 secondo

Ogni secondo nasce un nuovo blog



500 mila

I blog attivi negli Usa

184 milioni

Le persone nel mondo che hanno attivato almeno un blog