

La nuova sfida del giornalismo di qualità

MARIO CALABRESI

Tra sedici mesi, il 9 febbraio 2017, *La Stampa* compirà 150 anni. In questo secolo e mezzo tutti i suoi contenuti (articoli, foto, disegni, vignette, inserzioni pubblicitarie) sono sempre stati distribuiti nello stesso modo: all'interno di un contenitore organizzato. Non ha fatto alcuna differenza che questo contenitore fosse di carta o avesse le sembianze di un computer, un telefono o un tablet, in ogni caso gli articoli stavano tutti in un recinto definito graficamente e diviso in sezioni.

Ora il mondo è cambiato ed era tempo di prenderne atto: se c'è chi ama ancora quel contenitore organizzato che chiamiamo giornale, c'è anche chi - e i giovani in questo caso sono maggioranza - vuole leggere un solo articolo o condividere una foto e lo fa fuori dal nostro contenitore.

E lo vuole leggere su quell'oggetto che abbiamo sempre in mano e che usiamo anche per telefonare, giocare, mandare messaggi, guardare le previsioni del tempo o la strada più breve per tornare a casa.

CONTINUA A PAGINA 13

La sfida per i prossimi 150 anni Un giornalismo di qualità sempre più vicino al lettore

Ci vuole coraggio per superare la tradizione nell'era digitale



La redazione de La Stampa. Il giornale raggiungerà il traguardo dei 150 anni il prossimo 9 febbraio 2017

ALBERTO GIACCHINO/REPORTERS

MARIO CALABRESI

SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

Possiamo lamentarci di questi tempi in cui il giornalismo è costretto in un video tascabile, possiamo essere critici, piangerci addosso, ma possiamo anche prenderne atto e provare a essere protagonisti di questa epoca cercando di coglierne le opportunità e cercando di interpretare al meglio il giornalismo sugli smartphone e i tablet.

Per questo diamo il via insieme a Google, Twitter e a un gruppo di giornali europei e americani, tra cui *Guardian*, *Financial Times*, *Washington Post*, *El País* e *New York Times* a un contenitore digitale che permetterà di distribuire i contenuti in modo nuovo. Ma soprattutto in modo veloce: ogni volta che un articolo ci mette troppo tempo per raggiungere un lettore, quel lettore è perso. Lo sperimentiamo ogni giorno.

Abbiamo cominciato a discuterne un anno fa, poi a gennaio in una giornata nevosa otto giornali europei si sono seduti intorno a un tavolo con Google per cercare soluzioni che garantissero un futuro al giornalismo di qualità. Un futuro sostenibile economicamente, dopo anni di tagli e declino. Ci voleva il coraggio di abbandona-

nare un secolo e mezzo di tradizione per decidere di rompere il recinto e distribuire i singoli articoli anche su altre piattaforme.

Personalmente l'idea mi è venuta guardando alle difficoltà che devono affrontare molti ristoranti tradizionali: sempre meno clienti ordinano antipasto, primo, secondo, contorno e dessert come si faceva un tempo; sempre più persone scelgono un solo piatto e sempre più persone mangiano per strada e non si siedono a un tavolo apparecchiato con una tovaglia. Ma se i clienti sono fuori, è là che bisogna andare a cercarli. E i ristoratori che nel mondo l'hanno capito si sono affrettati a offrire soluzioni più semplici e veloci, hanno aperto piccoli punti vendita negli aeroporti, nelle stazioni, nei grandi magazzini dove puoi avere un solo piatto ma di qualità.

Per questo ho cominciato a immaginare *La Stampa* come un ristorante. Se noi abbiamo quasi 150 anni a Torino ce n'è uno che sta per compiere 260 e che ha ancora il tavolo dove si sedeva Cavour. Loro hanno una grande cantina con migliaia di bottiglie, noi abbiamo un archivio con cinque milioni di articoli; loro hanno un menù tradizionale con antipasti, primi, secondi... noi abbiamo le sezioni tradizionali (politica, cronaca, esteri, economia, cultura, spettacoli, sport...); loro hanno uno chef,

una brigata di cuochi, sommelier e camerieri, noi abbiamo giornalisti, editorialisti, poligrafici, fotografi e disegnatori. Entrambi pensiamo che sia fondamentale la qualità e il rapporto di fiducia con il cliente, che da noi si chiama lettore.

Ma oggi molti clienti, come dicevamo, hanno cambiato abitudini e preferiscono ordinare un piatto e un bicchiere di vino anziché un menù completo e una bottiglia intera. Allo stesso modo i nostri giovani lettori preferiscono leggere un singolo articolo e non tutto il giornale e non entrano nel nostro «ristorante» per farlo. Per tenere in piedi l'attività e garantire a tutti che continueranno a esserci la cantina, i cuochi e un ambiente confortevole bisogna avere idee nuove e conquistare anche i clienti più giovani con soluzioni innovative.

Fino ad oggi eravamo gelosi dei nostri confini e pensavamo - a ragione - che permettere di leggere «fuori» un solo articolo fosse dannoso: nessuno pagava il lavoro fatto e non avevamo niente in cambio, nemmeno un clic da registrare. E poi il giornalismo è fatto di un insieme di fattori capaci di creare un ambiente a cui ci si affeziona: la testata, una firma, un carattere tipografico, uno stile di scrittura, la scelta delle foto e la sequenza degli articoli.

I sistemi che stanno nascendo, a partire dal progetto Amp con Google fino agli In-

stant article di Facebook, permettono di superare una parte di questi problemi: gli articoli viaggeranno sulla rete portandosi dietro testata, firma, fotografie, il carattere tipografico, la pubblicità e avranno intorno segnalazioni e consigli e il conteggio dei lettori sarà della testata.

Questi nuovi sistemi sono costruiti poi sull'idea che il lettore debba poter fruire dei contenuti in tempo reale, in modo semplice e immediato, senza attendere di essere palleggiato da un sito all'altro. Sono sistemi aperti a tutte le realtà giornalistiche che vorranno sperimentarli, alla *Stampa* abbiamo l'orgoglio di essere stati i primi e di aver partecipato a un dibattito affascinante che tra Londra, Parigi e la Silicon Valley ha messo le basi per una serie di progetti che hanno l'ambizione di dare risposte solide per il futuro dell'informazione.

In questo primo progetto siamo come quel cuoco milanese che a Expo ha aperto un chiosco dove serve solo il suo ottimo risotto: è servito in modo veloce ed è alla portata di tutti, anche di chi non andrebbe mai a sedersi nel suo ristorante stellato.

Questa è la strada e se vi piace il menù completo, e lo volete servito su una bella tovaglia, sappiate che sarete sempre i benvenuti e che abbiamo voglia di tenere aperti i battenti per altri 150 anni.