

Washington Post, e fu nuova gloria la formula magica dell'editore Bezos

ACCOLTO CON PERPLESSITÀ QUANDO RILEVÒ LA MITICA TESTATA IN PIENA CRISI NEL 2013, IL CAPO DI AMAZON LANCIA UN MAXIPIANO DI SVILUPPO CON L'INGRESSO DI 60 GIORNALISTI E UNA RAFFICA DI PROGETTI DI VALORIZZAZIONE

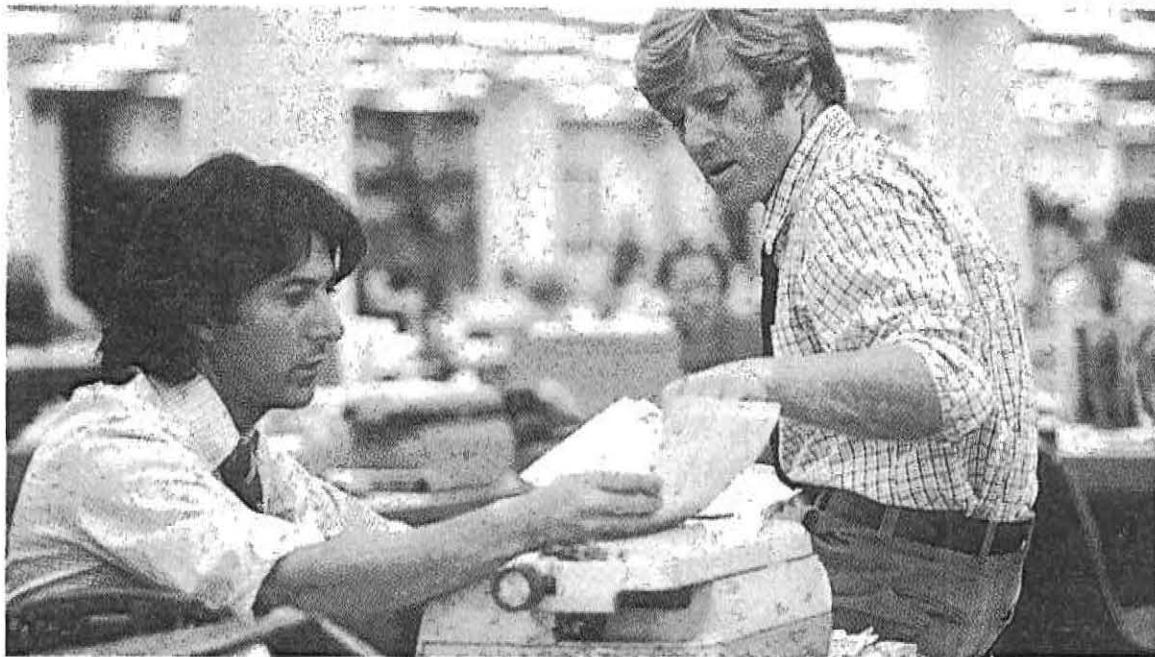
Alberto Flores d'Arcais

New York

Succede da anni in ogni parte del mondo, la stampa è in crisi, i quotidiani perdono copie, i giornalisti perdono il posto. Tutto vero, ma ci sono le eccezioni. E dagli Stati Uniti ecco che arriva una buona notizia per chi crede che non sia inevitabile che i giornali abbiano i giorni contati: il Washington Post si prepara ad assumere decine di giornalisti. Il quotidiano che per anni è stato (insieme a pochi altri) il simbolo della libertà di informazione e dell'indipendenza dal potere politico, il giornale del Watergate e di decine di inchieste da premio Pulitzer, gode di ottima salute e ha deciso di investire decine di milioni di dollari per fornire ai propri lettori un'informazione ancora migliore.

Quando nel 2013 Jeff Bezos (visionario fondatore di Amazon e oggi quarto uomo più ricco al mondo) comprò la famosa testata dai Graham, la storica famiglia di proprietari, furono in molti a storcere il naso e a prevedere un futuro disastroso per il quotidiano della capitale Usa e per le centinaia di giornalisti. Tre anni (e molti successi) dopo, arriva il premio per una redazione che è riuscita ad integrare al meglio il giornale di carta con il sito, le breaking news con le grandi inchieste e che soprattutto ha aumentato il numero dei lettori. Le cifre del 2016 parlano da sole. Negli ultimi dodici mesi il numero degli abbonati è cresciuto del 75%, raddoppiando i guadagni generati dalle sottoscrizioni digitali e confermando l'intuizione di Bezos sul "mercato di massa a basso prezzo" anche per l'informazione (il costo del Washington Post è di 36 dollari all'anno con i primi sei mesi di prova gratis).

Secondo il giornale online Politico (il primo a dare la notizia durante le feste natalizie) che ha parlato a lungo con Fred Ryan - editore e amministratore delegato del Washington Post - ci saranno "decine di assunzioni" (altre fonti interne citate da Politico parlano di 60 persone) portando il totale dei giornalisti a 750 unità. Giornalisti che andrebbero a rafforzare il team delle breaking news e quello delle inchieste (che resta il più



Martin Baron, il direttore del Washington Post proveniente dal Boston Globe, da cui ha riportato la cultura delle inchieste (1); **Jeff Bezos** (2)

[LA STORIA]

Il Watergate, lezione irripetibile di giornalismo

In alto, "Tutti gli uomini del presidente" con Robert Redford e Dustin Hoffman nei panni rispettivamente di Bob Woodward e Carl Bernstein, i giornalisti che nel 1973 smascherarono, con l'appoggio incondizionato del direttore Ben Bradlee, lo scandalo Watergate che portò Richard Nixon alle dimissioni, vincendo il Pulitzer. Fu il momento di maggior gloria per il Washington Post, che arrivò a vendere 450mila copie nella sola area metropolitana della capitale. In seguito rinunciò all'espansione su scala nazionale, e poi cominciò l'emorragia di copie comune alla stampa scritta mondiale. Una curiosità: il film non è stato girato nella redazione "vera" perché l'editore Graham rifiutò il permesso. Fu ricostruita nei minimi dettagli. Ora il nuovo direttore Martin Baron ha riportato in auge la cultura delle inchieste reduce dai successi al Boston Globe immortalati in un altro film, "Spotlight".

apprezzato dai lettori) ma anche il settore dei video mobile, che rappresenta per Bezos uno dei principali su cui puntare. «Abbiamo guardato a quello che ha funzionato nel 2016 e abbiamo fatto investimenti in quella direzione», ha spiegato Ryan.

Nel 2016 il Washington Post è entrato a pieno titolo tra i quattro grandi dell'informazione americana (con New York Times, Wall Street Journal e USA Today) e l'editore è convinto che nei prossimi anni le cose possano andare sempre meglio. «Faremo nuovi inve-

stimenti sui video, perché è anche un modo per monetizzare la pubblicità sugli smartphone, che può essere efficace se si mantiene sotto i quindici secondi». Quanto alla redazione inchieste, verrà rafforzata creando un team investigativo di "risposta rapida", dato che con la mole di notizie e informazioni disponibili oggi «l'obiettivo è quello di produrre storie approfondite e con molti dati, sia nello spazio di pochi giorni o poche settimane che in quello tradizionale in cui occorrono mesi». Quanto alle "notizie di corsa", anche questo settore va rafforzato perché «porta molto traffico al sito e su altre piattaforme».

Dietro alle decine di nuove assunzioni c'è una precisa strategia, sia editoriale che di business, in sintonia con la strada indicata da Bezos quando tre anni fa è diventato proprietario del quotidiano. «La nuova amministrazione di Donald Trump - dice Ryan - promette grandi sconvolgimenti, molti conflitti e mi aspetto anche un numero notevole di soffiati ad alto livello, che possono poi tradursi in articoli ed inchieste importanti. Noi ci faremo trovare pronti, perché le nostre inchieste, il nostro giornalismo investigativo, l'approfondimento delle notizie sono un'ottima cosa sia per il nostro brand che per il nostro business. Fanno parte del nostro Dna, i lettori se le aspettano». Per Bezos e Ryan il buon vecchio giornalismo divulgato attraverso il digitale (smartphone, Kindle, gli "instant articles" su Facebook) ha un avvenire sicuro. E vende.