

## A Edith Bruck il Rapallo-Carige

Edith Bruck con *La donna dal cappotto verde* (Garzanti) ha vinto il premio della giuria al Rapallo-Carige per la donna che scrive. L'assegnazione il 23 giugno, quando la terna delle finaliste - Laura Bosio (*Le notti sembravano di luna*, Longanesi), Francesca Melandri (*Più alto del mare*, Rizzoli) e Paola Soriga (*Dove finisce Roma*, Einaudi) - sarà sottoposta al voto popolare. Premio Opera prima per Irene Di Caccamo (*L'amore imperfetto*, Nutrimenti).

# CULTURA & SPETTACOLI

PAOLO MASTROLILLI  
INVIATO A NEW YORK

Questa storia la comincia dalla fine: «Il giornalismo sopravviverà alla morte delle sue istituzioni», dicono alla Columbia University di New York. A parte la rassicurazione un po' macabra, tutto il resto è da vedere. Quale giornalismo sopravviverà, quali istituzioni spariranno, cosa prenderà il loro posto. È un giallo che interessa ai professionisti, perché si giocano i loro posti di lavoro, ma anche al pubblico, chiamato a decidere quale informazione vuole in futuro.

Quest'anno la Journalism School della Columbia, che assegna i premi Pulitzer, compie cent'anni. Quindi nel fine settimana ha invitato gli ex alunni, per celebrare e riflettere sul futuro. Il quadro è noto: Internet e i social media hanno rivoluzionato il nostro mondo, tutti leggono le notizie gratis in rete, ogni blogger ci fa concorrenza, le vendite dei giornali di carta diminuiscono, i costi aumentano e le entrate pubblicitarie calano, pure sui siti, per la crisi economica ma non solo. Non è una tempesta passeggera: quando arriverà la ripresa, non si tornerà più al passato. E questo vale pure per la tv.

Le domande a cui si cerca ancora risposta sono due: il contenuto, e il mo-

### IL MODELLO

Digitalizzato e specializzato: ormai l'informazione generale si trova gratis ovunque

dello. Il preside Nicholas Lemann offre una ricetta essenziale: «Il giornalismo del futuro sarà specializzato e digitalizzato». Specializzato, perché l'informazione generale si trova gratis ovunque: se uno vuole essere pagato per il suo lavoro, deve offrire qualcosa di specifico che non esiste altrove. In questo senso, i media hanno interesse a trasformare i loro giornalisti in «brand», promuovendo la firma, mandandoli in tv, costruendo blog. Così si monteranno la testa e chiederanno più soldi, ma creeranno una fidelizzazione dei lettori essenziale per continuare a vendere il prodotto.

Il giornalismo poi sarà digitalizzato, perché il futuro è nella rete. «Fare e comprare i giornali di carta - dice Phil Balboni, presidente di GlobalPost - non ha più senso». Un professore, che lasceremo anonimo per il suo bene, si azzarda anche a prevedere quando vedremo in edicola l'ultima copia del *New York Times*: «Alla morte dell'ultimo rappresentante della generazione che oggi ha quarant'anni. Tutti i lettori nati dopo non sono cresciuti con la carta e non la vogliono più». Sreenath Sreenivasan, guru dei new media che ormai a Columbia non chiamano nemmeno

# Sopravviveranno i giornali? La ricetta della Columbia

## Alla Journalism School dell'università newyorchese: nell'era del Web nuovi modi di informare salveranno la professione

più «new», aggiunge un terzo punto ai consigli del preside: «Il giornalismo sarà socializzato, perché è essenziale promuovere il contenuto oltre i limiti della propria testata. Stare o no sui social media farà la differenza tra chi esisterà ancora fra cinque anni, e chi invece sparirà».

Se questo è il quadro, con quali contenuti va riempito? «Ormai - dice l'amministratore dei premi Pulitzer Sig Gissler - noi insegniamo *tradigital journalism*», ossia un mestiere che usa gli strumenti tradizionali del giornalismo, per le piattaforme digitali. «Un tempo - aggiunge il professor Ernest Sotomayor -

gli studenti arrivavano a Columbia con l'obiettivo di trovare posto in un giornale che aveva sede a Times Square. Ora invece vengono con una curiosità, una passione, un tema di cui vogliono occuparsi, e cercano di imparare le tecniche giornalistiche per farlo. Una volta acquisite queste capacità, trovano loro il

modo di esercitarle». Questo non significa che se chiama il *New York Times* rispondono no, però vanno solo se possono scrivere della cosa che interessa a loro, e probabilmente a una fetta di pubblico che il *Times* vuole conquistare attraverso la loro competenza.

Altrimenti fanno come David Cohn, che ha fondato Spot Us, una piattaforma per i *freelance*. Un giornalista propone un pezzo: voglio fare un'inchiesta su come New York gestisce i rifiuti. Spot Us lo suggerisce alla comunità degli utenti, chiedendo donazioni per finanziare l'inchiesta. Anche un dollaro, tutto serve. Se si raggiunge la cifra necessaria, l'inchiesta comincia. *Crowd sourcing* e *crowd funding*, insomma, finanziamenti dai lettori. Così arriviamo ai nuovi modelli, e alla responsabilità del pubblico per salvare l'informazione di qualità. Se i giornali devono sopravvivere online, come prima cosa serve una tecnologia veloce per fare micropagamenti e leggere articoli con un clic.

I paywall, sistemi di pagamento come quello che ha alzato il *New York Times* raccogliendo quasi mezzo milione di utenti, dovrebbero dare agli iscritti lo status di «membri» del giornale, come fa il *Los Angeles Times*, coinvolgendoli così anche nella realizzazione del prodotto. Alla pubblicità tradizionale si potranno aggiungere indagini di mercato richieste a pagamento da aziende che vogliono informazioni sui clienti, come

**L'ULTIMA COPIA DEL «N. Y. TIMES»**  
«Quando moriranno quelli che ora hanno 40 anni. I lettori nati dopo non vogliono più la carta»

fa già Google. Questa convergenza tra *tech* e *media company* è insieme promettente e preoccupante. Le grandi compagnie tecnologiche, Facebook, Google, Apple, Twitter, sono già anche *media company*: con i soldi che ha, se domani Mark Zuckerberg volesse creare il suo *Times*, o comprarselo, sarebbe un gioco. Ma i lettori accetteranno queste enormi *tech company* come editori? All'inverso, i grandi media potrebbero cominciare a sviluppare applicazioni, per fare soldi nel settore tecnologico da usare poi per finanziare le attività editoriali.

Tutto bene. Ma perché questa storia dovrebbe interessare alla gente, che semmai ha il problema di un bombardamento incessante di informazioni? La domanda va girata sulla qualità, e si risponde solo con le parole di Joseph Pulitzer, quando propose di creare la scuola di giornalismo alla Columbia: «La nostra Repubblica e la sua stampa cresceranno o cadranno insieme. Una stampa capace, disinteressata e dotata di spirito pubblico, con l'intelligenza per riconoscere il giusto e il coraggio di farlo, potrà preservare la pubblica virtù senza di cui il governo popolare è una burla e una parodia. Invece una stampa cinica, mercenaria e demagogica, produrrà nel tempo un popolo spregevole come se stessa».



### Il premio negato

## «Senza accordo sulla qualità niente Pulitzer»

I gestori del Pulitzer non fanno marcia indietro, davanti alle polemiche per la mancata assegnazione del premio per la narrativa. «Capisco - dice l'amministratore del premio Sig Gissler - l'irritazione del mondo dell'editoria, perché si tratta di un successo importante e ambito, però noi non ragioniamo in questi termini. Non teniamo conto delle

conseguenze per l'industria, ma solo della qualità del lavoro».

Gissler è tenuto a rispettare le regole di confidenzialità sull'andamento del dibattito nel board del Premio, però

spiega che «non abbiamo raggiunto la maggioranza dei voti necessaria su nessuno dei tre finalisti proposti, per una serie di ragioni. Non si tratta di un giudizio generale sullo stato della nar-

rativa, ma su questi libri, che secondo il board non coglievano a sufficienza lo spirito del nostro tempo. Nella storia del Pulitzer è già capitato 62 volte che il premio non fosse assegnato in qualche

categoria, e quello per la fiction è mancato il volte. È molto probabile che succeda ancora».

Nicholas Lemann, preside della facoltà di Giornalismo e membro del board, un preferito lo aveva: «Io avrei votato *The Pale King*, di David Foster Wallace, ma il problema sta nella complessità del processo. Noi cominciamo a selezionare i giurati ora, con un anno di anticipo. Tra novembre e dicembre, poi, i giurati propongono i tre finalisti ai membri del board che devono votarli, tra 18 e 20 persone. Se il board non trova una maggioranza nei due giorni riservati alle votazioni, non c'è spazio per recuperare. I giurati l'anno scorso hanno letto oltre 300 libri, il board non può leggerne altri 300 in 48 ore. Questo è il processo. Se non c'è accordo sulla qualità, non si assegna il premio».