
La sfida di Hughes

Autore: Aurelio Molè

Fonte: Città Nuova

Il cofondatore di “Facebook” e organizzatore della campagna elettorale digitale di Barack Obama si compra “The New Republic”, storica rivista degli intellettuali progressisti americani

Chris Hughes, 28 anni, cofondatore di Facebook che ad Harvard divideva la stanza con Mark Zuckerberg, lo ha spiegato direttamente ai suoi nuovi lettori del *The New Republic*, fondata nel 1914, per affrontare la sfida di un settimanale popolare e nazionale calibrato su approfondimenti e opinioni. «Cento anni dopo ? ha scritto Chris Hughes in un editoriale ? la gente è ancora una volta scettica sul fatto che un giornalismo di qualità possa portare frutti. L'assenza delle nuove tecnologie nei media tradizionali ha condotto molti a credere che istituzioni mediatiche indipendenti e ricche di idee siano in declino e che non ci siano lettori sufficienti per supportare serie informazioni e analisi».

Opinione a cui, ovviamente, Chris Hughes non crede, visto che *The New Republic*, storica rivista degli intellettuali progressisti, se l'è comprata a suon di milioni di dollari. Accetta la sfida e la visione della rivista che perde lettori a vista d'occhio, ed è passata, per ridurre i costi, da cadenza settimanale a quindicinale. Questo perché la ricerca e la fruizione delle notizie avviene in grande misura sulle riviste online, i *social network*, i blog, che sono molto più veloci e sintetici. Esiste, però, ancora un vasto mercato che ricerca la qualità, l'approfondimento, le analisi e le inchieste. A questo pubblico si indirizzerà ora la rivista, anche perché il formato degli articoli di approfondimento si presta perfettamente alla lettura sui nuovi tablet digitali. E, come è già successo con il *Newsweek*, si spera aumenteranno le vendite.

Andando controcorrente, evitando la superficialità e l'intrattenimento, la rivista cartacea cerca di intercettare il bisogno di capire, conoscere, essere informati, perché il credo di Hughes è che esista ancora «un pensiero disinteressato» che cerca la verità delle notizie. È una sfida interessante che riguarda tutte le riviste alle prese con la crisi economica, il calo delle vendite, la riduzione dei costi. L'altro punto chiave è come rendere redditizia l'erogazione delle edizioni online, come raccogliere fondi per il servizio informativo digitale.

Chris Hughes, dopo Facebook e la campagna digitale per la campagna presidenziale di Barack Obama, a soli 28 anni, è alla sua terza grande sfida: salvare la rivista cartacea dal fallimento con la formula del racconto lungo di alta qualità e potenziare, allo stesso tempo, le riviste online, entrando nella distribuzione digitale. «Noi ci adatteremo ? scrive Chris Hughes ? in modo aggressivo alle nuove tecnologie dell'informazione senza sacrificare il nostro impegno per un serio giornalismo», anche perché la previsione è che entro i prossimi dieci anni al massimo la maggior parte dei lettori avrà rinunciato alla rivista cartacea. E, noi, cosa facevamo a 28 anni?