

L'INTERVENTO

Tina Brown
THE DAILY BEAST

Daily Beast sposa Newsweek: così il web rilancerà la carta

Un sito di appena due anni ma di grande successo si unisce al famoso settimanale da tempo in crisi. Una joint venture al 50% e la conferma che l'energia dei nuovi media sta già cambiando l'editoria

Un giovanissimo sito e una vecchio gloria del giornalismo di carta annunciano il loro matrimonio. A parte la differenza di età, a rendere clamorosa la notizia è che gli sposi sono *The Daily Beast*, uno dei siti d'informazione più popolari d'America nato appena due anni fa (e di cui l'Unità pubblica i contenuti in esclusiva per l'Italia) e *Newsweek*, la rivista fondata nel lontano 1933 ma da tempo in crisi. A guidare il nuovo gruppo, la *Newsweek Daily Beast Company*, sarà la cofondatrice e attuale direttore del *Daily Beast*, Tina Brown, che di seguito racconta il senso dell'operazione.

Alcuni matrimoni sono più difficili e lunghi da organizzare di altri. L'unione tra il sito *The Daily Beast* e la rivista *Newsweek* è stata finalmente celebrata martedì sera e tutti hanno brindato con una grande tazza di caffè nella sala conferenze della sede del *Daily Beast*, nell'edificio della IAC (Ndt, InterActiveCorporation) sulla 18esima strada nel West Side di Manhattan. Gli ultimi particolari sono stati messi a punto sul filo di lana nel corso della notte. Questo vuol dire che gli spiriti animali di *The Daily Beast* d'ora innanzi faranno squadra con un leggendario settimanale grazie ad una *joint venture* chiamata «The *Newsweek Daily Beast Co.*», appartenente per il 50% alla IAC di Barry Diller e per l'altro 50% a Sidney Harman, proprietario (e salvatore) di *Newsweek*. Quanto a me, sarò la direttrice sia di *The Daily Beast* sia di *Newsweek* e porterò con me in questa nuova avventura il mio socio al *Daily Beast*, Stephen Colvin, che, in qualità di presidente della Denis Publ.

Per tutti i brillanti giornalisti e collaboratori di *The Daily Beast* che hanno lavorato sodo per portare al successo il nostro sito, questa è una nuova, avvincente opportunità. Noi siamo abituati a macinare notizie a ritmo incalzante e ora dobbiamo dimostrare di essere anche in grado di sviluppare idee e scrivere pezzi di giornalismo investigativo con un diverso ritmo narrativo più adatto alla carta stampata. Vista dal punto di vista di *Newsweek*, *The Daily Beast* rappresenta la frontiera avanzata delle notizie e dei commenti, la qual cosa contribuirà a rilanciare l'immagine della rivista e ad accelerare la rinascita del prestigioso settimanale. Mi ha colpito la capacità dei colleghi di *Newsweek* di continuare a mandare in edicola una rivista viva, ben informata e al passo coi tempi anche dopo l'uscita di scena dell'instancabile

Newsweek

Il glorioso settimanale sommerso dai debiti: venduto per un dollaro



Nato nel 1933 *Newsweek* è stato per decenni il rivale del più famoso *Time*. Ad agosto è stato ceduto (debiti compresi) al re dell'hi-fi Sidney Harman per la cifra di un dollaro

The Daily Beast

Cinque milioni di lettori al mese in soli due anni. E in Italia lo pubblica l'Unità



Nato due anni fa da un'idea di Tina Brown, mitica direttrice del *New Yorker*, la "belva quotidiana" (dal libro di Evelyn Waugh «L'inviato speciale») conta 5 milioni di utenti unici

La nuova editoria

«La fusione tra carta e web produrrà una straordinaria energia creativa e sul piano imprenditoriale una duplice, fantastica piattaforma commerciale»

direttore Jon Meacham.

The Daily Beast ospita troppi talenti del giornalismo mondiale della carta stampata: il nostro direttore esecutivo, Edward Felsenthal, e la direttrice responsabile, Jane Spencer, vengono dal *Wall Street Journal*. Sono con noi anche opinionisti quali Howard Kurtz, giunto di recente dal *Washington Post*, e Peter Beinart, ex di *The New Republic*. Loro e molti altri collaboratori provenienti da quotidiani e riviste di prestigio hanno unito le loro forze a quelle dei giovani giornalisti del mondo digitale per dare vita a qualcosa di nuovo: *The Daily Beast*. Oggi osserviamo il mondo della carta stampata con gli occhi di espatriati che vedono il loro vecchio paese da una prospettiva nuova. Questa fusione produrrà una straordinaria energia creativa e, sul piano imprenditoriale, garantirà una duplice, fantastica piattaforma commerciale.

Per affrontare una sfida così difficile nel campo dei media ci volevano due imprenditori coraggiosi e innovatori come Barry Diller e Sidney Harman. Barry Diller mi ha portato alla IAC e mi ha associato nell'operazione che ha portato alla creazione di un nuovo sito web nato con lo scopo di fornire informazioni a lettori intelligenti con un punto di vista assolutamente indipendente. Con quasi 5 milioni di visitatori al mese dopo appena due anni di attività, *The Daily Beast* è anche diventato un sito in grado di offrire giornalismo originale. Il sostegno, l'intuito e l'audacia intellettuale di Barry hanno reso il nostro lavoro una gioia. Entrambi non vediamo l'ora di lavorare con Sidney Harman, che ha fatto una fortuna e si è costruito una reputazione come fondatore di Harman International, leader mondiale nel campo della produzione di apparecchiature audio, ed è dotato di una mente vivace e di grande curiosità intellettuale, due qualità assolutamente necessarie per avere successo nel mondo dell'editoria. Desta in me una grande ammirazione il suo desiderio di riportare *Newsweek* alle glorie del passato e, con un po' di fortuna e molto duro lavoro, ce la faremo. Salite a bordo anche voi.

Tina Brown è ha diretto in passato importatnti riviste come *Tatler*, *Vanity Fair* e *The New Yorker* - © 2010 RTST, Inc. From *The Daily Beast*/Distributed by *The New York Times Syndicate*
Traduzione di Carlo Antonio Biscotto