

È LA STAMPA BELLEZZA

# Attacco al Quarto Potere

L'ex direttrice del "New York Times"  
Jill Abramson racconta i quindici anni  
che hanno cambiato il mondo dei media

di **Andrea Iannuzzi**

**L'**ex presidente degli Stati Uniti Donald Trump ha appena annunciato il lancio di una piattaforma di social media della quale si conosce ancora molto poco, a parte il nome: Truth, verità. Bannato - cioè escluso - da Facebook e Twitter dopo l'assalto al Congresso del 6 gennaio scorso, Trump tenta ora di riprendersi la scena. E lo fa seguendo un copione noto: i media e le piattaforme tecnologiche - gli stessi e le stesse che gli permisero l'ascesa fino alla Casa Bianca - sono fonti di disinformazione e bugie (le famose "fake news"), specialmente contro di lui. L'uomo politico occidentale che più di ogni altro ha incarnato agli occhi dei media il nemico della verità, rovescia dunque il tavolo appropriandosi di un brand universale, il sacro Graal dell'informazione, la missione a cui è devoto il giornalismo. Per capire come si

sia potuti arrivare a questo punto, è utile la lettura di un saggio intitolato proprio *Mercanti di verità*, scritto nel 2019 da Jill Abramson, giornalista statunitense, ex direttrice del *New York Times* e oggi docente a Harvard, uscito ora in Italia per **Sellerio** (traduzione di Andrea Grechi). Il punto di vista dell'autrice, o meglio i punti di vista, sono quelli di una donna, professionista ai massimi livelli di esperienza e conoscenza dei media, protagonista e testimone di una stagione di cambiamenti industriali, culturali e politici senza precedenti sperimentata sulla propria pelle nel bene (l'ascesa fino alla direzione del giornale più prestigioso del mondo, prima e finora unica donna in quel ruolo) e nel male (il licenziamento brusco, arrivato dopo incomprensioni con i suoi collaboratori e con l'editore).

Tutti questi piani di lettura si intrecciano nel racconto di Abramson, strutturato in una matrice che prende in esame un arco tem-

porale di poco più di un decennio (dal 2007 al 2019) per analizzare l'evoluzione di quattro testate giornalistiche americane di nascita e radici, ma diventate marchi globali nel panorama dell'informazione: due tradizionali, il *New*

*York Times* e il *Washington Post*; e due "native digitali", *BuzzFeed* e *Vice* (anche se quest'ultima trae origine da un magazine cartaceo degli anni Novanta). Non sono storie parallele, al contrario la tesi del libro si sviluppa attraverso la contaminazione delle esperienze, dei rispettivi obiettivi e modelli di business, fino all'intrecciarsi delle carriere personali.

Abramson ci porta dentro mondi che all'inizio sembrano incommunicabili, tanto sono diversi i modelli di business, gli standard etici e le filiere produttive: da un lato la rigida separazione tra Stato e Chiesa, cioè tra la parte editoriale e quella commerciale; dall'altro la spregiudicatezza di chi deve lottare per conquistare l'attenzione

dei lettori nel sovraccarico informativo presente in rete, ricorrendo a ogni mezzo per sfruttare l'onda della condivisione sui social media o la capacità di farsi trovare dai motori di ricerca. Ci sono le famiglie aristocratiche, i Sulzberger a New York e i Graham a Washington, che cercano di salvare i gioielli di famiglia, tramandati di generazione in generazione, dalla grave crisi del modello di business cartaceo provocata dall'avvento di Internet; e gli spregiudicati ma lungimiranti avventurieri del web, Jonah Peretti e Shane Smith, che surfano sulle loro creature cavalcando ricavi in rapida crescita e iniezioni di capitali freschi. Ma poi, man mano che il racconto procede, i due mondi si avvicinano: la Gray Old Lady, la signora in grigio

del giornalismo mondiale che colleziona da decenni premi Pulitzer; e il leggendario *Post* del caso Watergate accolgono la contaminazione digitale nonostante le resistenze della vecchia guardia; mentre i cattivi ragazzi di *Buzz-Feed* e *Vice* capiscono che per fare il salto di qualità hanno bisogno di alzare lo standard dei propri contenuti, assumendo giornalisti, producendo inchieste, pur senza rinunciare alla propria cifra d'innovazione.

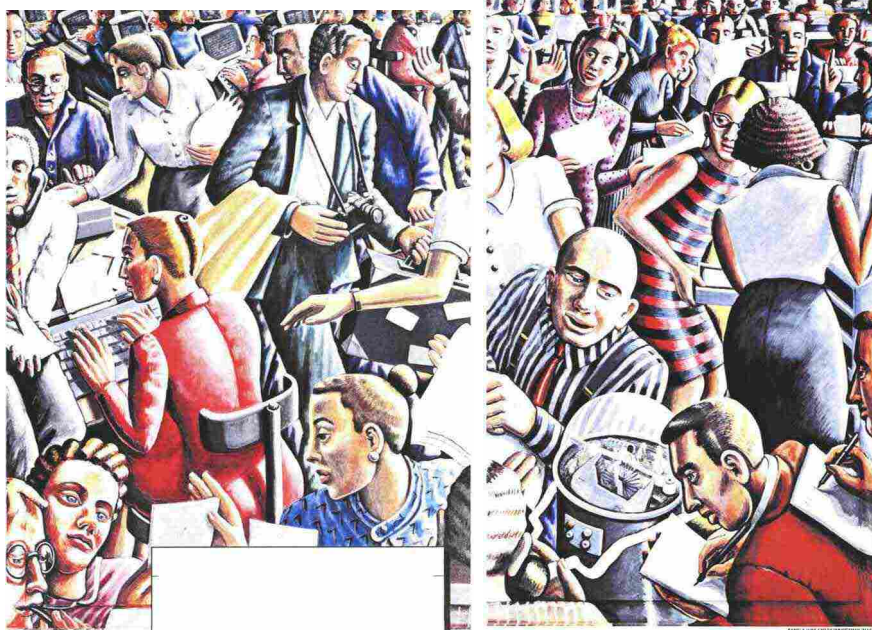
Sullo sfondo, ci sono le vicende personali dei giornalisti: quelle della stessa Abramson e quelle dei colleghi e colleghe che vivono nelle differenti realtà. Filo conduttore di questa narrazione è il sessismo che si respira a diversi livelli nelle redazioni: più esplicito a *Vice* - con episodi di vere e proprie molestie che coinvolgono tra le altre anche Martina Veltroni, figlia di Walter - più strisciante al *Post* e al *Times*, dove comunque le donne devono subire diffidenza, battute sessiste e disparità salariale. E a fare da cornice a queste storie, c'è la Storia: l'ascesa di Donald Trump, le fake news, le interferenze russe e il ruolo ambiguo di Facebook. È una guerra combattuta in nome della verità, e Abramson ci lascia con un dubbio che è anche un auspicio: quello dell'ultimo esponente della famiglia che edita il *New York Times*, A.G. Sulzberger, che la propria figlia possa crescere imparando a essere sia custode che mercante di verità.



**Jill Abramson**  
**Mercanti di verità**  
**Sellerio**  
Traduzione  
**Andrea Grechi**  
pagg. 904  
euro 24

VOTO  
★★★★☆

▲ **L'opera**  
**Deadline**  
della pittrice  
inglese Pamela  
Jane Crook  
(1945), più nota  
come P.J. Crook  
Si trova al Museo  
di arte moderna  
Morohashi,  
in Giappone



© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.