

con Pulitzer alle radici del giornalismo moderno

Icone | È uscito in Italia il ritratto dell'uomo che ha cambiato l'informazione. Puntando sulla cronaca accurata della realtà. Ma anche sul sensazionalismo, per battere il nemico Hearst

FABIO DEOTTO

■ L'ultima volta che ho prestato a un amico *Le mille luci di New York* di Jay McInerney, quello me l'ha restituito dicendo: «Molto bello, ma non ho capito che lavoro faccia il protagonista». Non aveva poi tutti i torti, considerando che, se negli Stati Uniti le testate più importanti hanno sempre una o più persone in redazione il cui unico compito è verificare la correttezza dei dati e delle notizie, in Italia una figura come quella del *fact-checker* di professione è pressoché sconosciuta (provate a cercare "verificatore di notizie" su Google: la maggior parte dei risultati rimanda a McInerney). L'episodio mi è tornato in mente mentre leggevo *Joseph Pulitzer. L'uomo che ha cambiato il giornalismo*, scritto nel 1920 da Alleyn Ireland - uno dei segretari che vivevano con Pulitzer a bordo del suo **panfilo privato** - appena pubblicato da Add Editore (traduzione di Alessandra Maestrini) in vista del centenario del premio che porta il suo nome. Si tratta di un appassionato ma rigoroso resoconto biografico degli ultimi otto mesi di vita dell'imprenditore unghero-americano, una figura allo stesso tempo generosa e dispotica, ossessiva e ridanciana, un grande Gatsby che non ha mai imparato a festeggiare.

Nel raccontare il crepuscolo di un gigante del genere, Ireland ha scritto un libro che dopo cent'anni è ancora incredibilmente moderno; un esempio

magistrale di ritrattismo alla Carrère, verrebbe da dire, non fosse che Carrère sarebbe nato solo 37 anni più tardi.

La storia di Joseph Pulitzer è di per sé interessante - per certi versi è l'incarnazione del sogno americano prima maniera: un uomo di umili origini costruisce un impero dal nulla - ma lo è ancora di più se consideriamo lo scenario attuale. Nasce nel 1847 a Makó, cittadina ungherese al confine con la Romania. Arriva negli Stati Uniti solo nel 1864, a 16 anni, come recluta di cavalleria nella Guerra Civile, ma gli basteranno otto anni per mettere da parte i soldi necessari a fondare il suo primo giornale: il *Saint Louis Post-Dispatch*. Qui comincerà a testare l'idea di giornalismo che troverà sbocco nel 1883 con l'acquisizione del *New York World*. Un'idea che, per sua fortuna, è in perfetta sintonia coi tempi.

Stiamo parlando della fine del XIX secolo, la seconda rivoluzione industriale sta svuotando le campagne per riempire le fabbriche nelle città, la gente ha più denaro e più tempo per spenderlo, il tasso d'alfabetizzazione è in aumento, i costi della stampa in diminuzione, l'elettricità rende possibile leggere anche di notte. Pulitzer sa che la stampa periodica è destinata a esplodere, ma perché ciò avvenga - perché lui possa per primo coglierne i frutti - occorre ripensare il concetto stesso di notizia. Dopo che Pulitzer ne afferra il timone, il *New York World* passa da 15 mila a 600 mila copie al giorno, merito di una formula che prevede: titoli a tutta pagina, illustrazioni, sezioni dedicate allo sport e, soprattutto, un'attenzione speciale per il grande pubblico. «È mio dovere assicurarmi che [i lettori] abbiano la verità», dice a Ireland in uno dei loro primi incontri. «Ma non solo: devo presentargliela brevemente, affinché la leggano; chiaramente, affinché la capiscano; effica-

Alleyn Ireland scrisse il resoconto degli ultimi mesi di vita dell'imprenditore vivendo con lui sul panfilo da cui diresse il New York World fino all'ultimo

PERSONAGGI Joseph Pulitzer nacque in Ungheria ma emigrò negli Usa a 16 anni. Il premio a lui dedicato fu assegnato per la prima volta nel 1917



cemente, affinché l'apprezzino; suggestivamente, affinché se la ricordino; e, soprattutto, accuratamente, affinché possano essere guidati dalla sua luce».

L'intuizione di Pulitzer non tarda ad attirare l'attenzione di un altro imprenditore, più spregiudicato, di nome William Randolph Hearst. Nel 1896, forte di un patrimonio familiare sconfinato, Hearst acquista il *New York Morning Journal* e dà il via a una guerra di copie con il *World* di Pulitzer. Hearst fa sue le stesse coordinate individuate dal rivale lasciandone da parte una: l'accuratezza. L'estenuante braccio di ferro tra i due porta i due giornali a ridurre il costo delle copie e, al contempo, a mescolare senza soluzione

di continuità reportage verificati a notizie sensazionalistiche.

Nei libri di storia questa fase prende il nome di *Yellow Journalism* (da Yellow Kid, protagonista di uno dei primi fumetti stampati a colori, prima sul *World* e poi sul *Journal*), ed è una fase cruciale, perché non solo vi affondano le radici della stampa scandalistica, ma anche quelle del giornalismo moderno (*l'infotainment* oggi è talmente diffuso da essere diventato strutturale) e di quella che oggi chiamiamo post-verità. In uno scenario in cui virtualmente chiunque può produrre notizie false e diffonderle in rete, mentre il "successo" di un articolo online viene spesso decretato dal numero di click che riceve, il problema sta emergendo in tutta la sua complessità.

Quando Alleyne Ireland sale per la prima volta a bordo del panfilo *Liberty*, Pulitzer ha 62 anni, è cieco, debilitato da una lunga malattia, ma ancora animato da un'inesauribile irrequietezza intellettuale. Continua a dirigere il *World*, ma per farlo ha bisogno di una schiera di segretari fidati che ogni gior-

no si alternano per leggergli la rassegna stampa e raccogliere le sue obiezioni. Quando Ireland ha l'ardire di esprimere un'opinione negativa sul sensazionalismo di alcuni titoli del giornale, Pulitzer si infiamma d'orgoglio dichiarando che non solo il *World*,

Fuepica la lotta contro il rivale a colpi di reportage e titoli gridati. Una fase che prende il nome di *Yellow Journalism*, origine della stampa scandalistica

.....
ma l'intera stampa americana segue standard di accuratezza nettamente superiori a qualsiasi altro Paese.

Da allora è passato un secolo. Oggi solo il 18% dei cittadini americani dichiara di avere fiducia nelle testate giornalistiche nazionali e la percentuale diminuisce drasticamente per i cana-



HULTON ARCHIVE/GETTY IMAGES

li social (4%, dati Pew Research). In una situazione simile, Trump ha gioco facile a screditare gli stessi organi di stampa che ogni giorno vivisezionano i suoi discorsi portandone a galla le incongruenze. Lo scorso 25 febbraio, dopo aver bandito il giorno prima alcune importanti testate da una conferenza stampa alla Casa Bianca, il nuovo presidente ha annunciato con un tweet l'intenzione di non partecipare alla tradizionale cena riservata ai corrispondenti. Tre giorni dopo, nel suo primo discorso davanti al Congresso, Trump ha improvvisamente cambiato maschera, utilizzando toni più pacati e "presidenziali"; come se, formalizzato il divorzio dalla stampa, fosse finalmente libero di mettere in scena la sua "realtà", in cui anche un personaggio come lui può essere giudicato un politico rispettabile.

«C'è solo un modo di far camminare una democrazia sulle proprie gambe», ha detto Pulitzer a Ireland, «e cioè tenendo informato il pubblico su ciò che accade». Una frase banale, forse; ma che non possiamo permetterci di dare per scontata.