



TERZA PAGINA

L'altra metà del giornalismo

Intervista di ANNA LOMBARDI,
NEW YORK

C è anche un giudice della Corte Suprema americana nella lunga lista di persone accusate di molestie: l'ultraconservatore afroamericano Clarence Thomas. Una storia vecchia di vent'anni: che proprio per questo merita di essere ritirata fuori». E lei, Jill Abramson, 63 anni, l'ex direttrice del *New York Times* il cui licenziamento nel 2014 sollevò aspre polemiche per il trattamento riservato alle donne in ruoli di comando, lo ha scritto a chiare lettere sulla copertina del settimanale *New York: #HimToo*, anche lui. Al caso Thomas nel 1993 aveva dedicato un libro intitolato *Strange Justice*, strana giustizia, con la collega Jane Mayer. Oggi Abramson insegna giornalismo ai trenta migliori studenti del corso di Harvard, racconta l'America attraverso una rubrica sul *Guardian* e ha appena finito di scrivere un libro: sull'impatto dei media negli ultimi dieci anni.

Nel 1991 le accuse di molestie rivolte da Anita Hill al giudice Thomas spaccarono l'America. Perché ripescare oggi quella storia?

«Hollywood, Wall Street, il comitato olimpico: le storie delle pessime abitudini degli uomini di potere sono ovunque. Il coraggio delle donne del #MeToo ha cambiato la sensibilità. All'epoca Anita Hill non fu creduta: oggi, stimata professoressa di legge, è chiamata a guidare la commissione che indaga sulle molestie a Hollywood».

Un riconoscimento tardivo?

«Quando 25 anni fa scrissi con Jane Mayer il libro sul suo caso, ero convinta che avesse detto il vero. Ora ci sono nuove prove - compresa una donna che sull'onda del #MeToo ha raccontato su Facebook le molestie subite da Thomas anni prima - che dimostrano che il giudice fu uno spergiuro».

Spera nell'impeachment?

«Non con questa maggioranza al Senato. Ma le scelte di Thomas hanno spesso fatto pendere l'Alta Corte verso decisioni reazionarie. Responsabilità del giornalismo è tener desta l'attenzione: anche su un caso vecchio di vent'anni, che ha però ancora conseguenze sulla realtà».

Le cose sono davvero cambiate?

«C'è più attenzione, ma molte donne temono ancora le conseguenze delle loro denunce. La mia generazione, quella che doveva cambiare il mondo, mi ha deluso».

Cosa intende?

«Ovunque avanzano populismi trainati proprio dalla paura del cambiamento: che sia lo straniero, le nuove tecnologie o la nuova indipendenza femminile. È questo che spinge verso poteri reazionari».

La funzione del giornalismo resta efficace anche nell'era delle fake news?

«Il giornalismo di qualità è l'unica cosa che può ancora inchiodare il potere alle sue responsabilità. La verità è il miglior disinfettante contro gli abusi, di qualunque tipo. La democrazia dipende da questo. Non è un caso che Trump rifiuti le responsabilità che la stampa libera impone e attacca i giornalisti chiamandoli per nome. È riprovevole».



L'immagine

Jill Abramson (New York, 1954) è una giornalista e scrittrice ex direttrice del *New York Times*

Eppure lei scrive sul Guardian che il presidente sta perdendo consensi, soprattutto fra le donne bianche della working class che furono lo zoccolo duro del suo elettorato.

«Lo dice un sondaggio dell'*Atlantic*: in certi Stati considerati fedelissimi, il sostegno delle donne della working class è in calo perfino di 20 punti. Sono Stati dove alcolismo e abusi domestici sono una vera piaga: ovvio che a queste donne certi atteggiamenti di Trump e di chi lo circonda, penso al segretario Rob Porter, licenziato perché

picchiava la moglie, non piacciono. In questo senso credo che le lavoratrici bianche del Midwest potranno fare di più delle attrici in nero del #MeToo».

Adesso sta scrivendo un nuovo libro sul giornalismo.

«Ho studiato le trasformazioni digitali dell'ultimo decennio attraverso quattro organizzazioni: il *New York Times*, il *Washington Post*, *Buzzfeed* e *Vice*. Com'è cambiato il modo di fare giornalismo e i modelli di business e come l'avvento di narrazioni sempre più partigiane hanno costretto a serrare le fila».

I giornali hanno ancora un futuro?

«Sono ottimista. I giornali, anche quelli di carta, sopravviveranno: a patto di svolgere un lavoro di qualità. Qui in America i media impegnati nella ricerca della verità stanno facendo un lavoro incredibile ma il cambiamento è difficile, tanto più con colossi digitali che divorano spazi pubblicitari. A pagare saranno soprattutto i giornali locali».

Lei ha fatto la storia come prima direttrice donna del New York Times...

«Penso di aver fatto un buon lavoro. Venivo dalla gavetta, ero stata caporedattore per otto anni. Ho puntato sul giornalismo investigativo affrontando temi difficili».

È stata anche uno dei direttori che è durato meno. Tempo fa scrivendo di Hillary Clinton disse che verso le donne in posizioni di potere si applica un doppio standard. È accaduto anche a lei?

«Più in alto arrivano le donne, specie in istituzioni di potere, più il loro gradimento cala: lo dicono molti studi. Trattati della personalità che negli uomini sono considerati elementi di leadership, nelle donne vengono criticati. Ma nel caso del mio licenziamento credo che il doppio standard sia stato solo un fattore. Dissero che non piaceva il mio stile di gestione: non ho mai capito cosa volesse dire, ma penso alludessero al fatto che litigavo col lato affaristico del giornale. Ma ci penso poco: la mia vita è andata avanti».

Ma lei, che ha perfino la T del Times tatuata sulla schiena, come vede oggi il New York Times?

«Resto una grande fan. E comunque non fa parte della mia etica discutere il lavoro di chi mi ha sostituito. Hanno fin troppi critici in questo momento».

Qual è la qualità principale di un giornalista?

«La capacità d'ascolto. Non lo facciamo mai abbastanza. E qualcosa su cui mi misuro continuamente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le molestie del potente giudice Thomas, un cold case riaperto, il #MeToo, l'informazione ai tempi delle fake news. Parla la prima donna ad aver diretto il "New York Times"

“ I populismi sono trainati dalla paura del cambiamento: che sia lo straniero o l'indipendenza femminile ”

I media impegnati nella ricerca della verità combattono con colossi digitali che divorano spazi pubblicitari ”