



Dal 1917 il premio Pulitzer incorona la grandezza del mestiere: un riconoscimento che dà prestigio più che denaro e che nel corso del tempo è diventato un simbolo. Per i giornali la vittoria è un evento storico da esibire al mondo in prima pagina

Professione reporter

Così nasce il mito



IL FONDATORE
Joseph Pulitzer: per sua volontà è stato istituito il premio nel 1917

(segue dalla copertina)

VITTORIO ZUCCONI

La persona scelta dalla giuria del Pulitzer Prize, composta da 18 membri, quasi tutti giornalisti che cordialmente si detestano e si accapigliano cercando di tirare l'aureola per la propria testata o i propri amici, sotto gli auspici della Scuola di Giornalismo della Columbia University, riceve l'equivalente prosaico di una santificazione. Non vincerlo, pur essendo fra i 2.500 che sottopongono le candidature, è più di una sconfitta, è il riconoscimento incontestabile della superiorità professionale del proprio concorrente, l'attestato della propria insufficienza. La cinica e celebre battuta secondo la quale i premi giornalistici sono come le emorroidi e prima o poi capitano a tutti, popolare nelle redazioni, non si applica al Pulitzer.

Vincerlo produce, come testimonia uno dei vincitori, David Remnick che non lo conseguì come corrispondente del *Washington Post* da Mosca, ma dall'abisso della delusione saltò all'empireo dell'esaltazione quando gli fu assegnato come autore della *Tomba di Lenin: gli ultimi giorni dell'Impero Sovietico*, qualcosa di paragonabile a una resurrezione. Nell'effimero tormento del giornalismo, dell'arte drammatica, della fotografia, il Pulitzer è per sempre. Non sono più giornalisti, commentatori, blogghisti o drammaturghi. Sono Pulitzer.

Non che il creatore, l'ex volontario nella Guerra Civile americana ad appena 18 anni nei reggimenti di New York per ottenere la cittadinanza, il guardiano di muli, il cameriere di birreria a St. Louis dove si faceva notare soprattutto per i boccali che maldestramente rovesciava in grembo agli intellettuali e ai giornalisti che spiava, fosse, o sia mai stato, un luminaire della professione che avrebbe poi illuminato con il proprio nome. Anche se una delle sue molte biografie lo definisce «un gigante del giornalismo», la sua grandezza si è espressa, più che negli scritti, nei reportage, nei commenti, nell'aver intuito che la democrazia americana aveva, come tutte, una disperata necessità di

un'informazione che passasse dal mestiere alla professione. Che completasse, con una preparazione appunto professionale e strappata all'improvvisazione artigianale dello «yellow journalism» del giornalismo da vuoto sensazionalismo fazzoletto alla maniera di Hearst, il monito di Thomas Jefferson, secondo il quale «è meglio una nazione senza governo che una nazione senza li-

bero giornalismo».

«Una stampa capace, disinteressata, socialmente sensibile, intelligente e ben preparata a capire il giusto e a praticarlo può conservare quell'etica pubblica senza la quale un governo è una finzione e una presa in giro», spiegò Pulitzer. Non un grazioso corollario, ma un cardine della libertà e della democrazia.

La sue fortune di professionista

dell'informazione cominciarono dal gradino più umile del mestiere, da un quotidiano in tedesco pubblicato a St. Louis, in Missouri, dove la comunità di immigrati dalla Germania era specialmente folta: parlava il tedesco assai meglio dell'inglese e conservò fino alla morte nel 1911 l'accento teutonico. Nella stessa città, fondò il giornale che ancora vi si pubblica, il *St. Louis Dispatch*, muovendo poi a New York, per acquistare uno dei quotidiani della grande città, il *World*, che fece la sua fortuna, anche grazie alla pubblicazione di fumetti, il primo a farlo. Pulitzer, mentre predicava il ruolo etico di una stampa libera, preparata e alta («il giornale che si abbassano per raggiungere più lettori, abbassano insieme i propri lettori») conosceva l'imperativo delle vendite e del successo commerciale. I due milioni di dollari che lasciò al King's College di New York, ribattezzato Columbia dopo la rivoluzione anti inglese, formarono la prima scuola di giornalismo, insieme con quella dell'Università del Missouri sempre fondata da lui, e l'ombrello sotto il quale il premio viene assegnato.

E se, nei primi decenni, il riconoscimento che vide scrittori come Hemingway, autori come O'Neil, Faulkner, Updike e Tennessee Williams, poeti come Frost, era importante e aggiunse anche John F. Kennedy ai premiati, è dal dopoguerra che la competizione fra grandi testate si è fatta feroce, trasformandosi in una gara che ha qualche risvolto pubblicitario, ma soprattutto personale e di bandiera. *New York Times*, *Washington Post*, *Los Angeles Times*, *Wall Street Journal*, le corazzate del giornalismo che oggi imbarcano acqua, gridano il proprio successo spesso in prima pagina, come il risultato di una finale del campionato, 5 a 4 per noi, vittoria. Neppure le gaffe commesse dalla

Nei primi decenni fu assegnato a scrittori come Hemingway e Faulkner

La giuria è composta da diciotto membri che si accapigliano e si detestano

La storia

Una vignetta pubblicata sul sito, l'inchiesta realizzata on line: questi sono i segni di un cambiamento

Dal web a Twitter, alle agenzie no profit l'ultima rivoluzione dei media

(segue dalla copertina)

DAL NOSTRO INVIATO
ANGELO AQUARO

Bill Keller, che del *Times* è il direttore, ed è stato lui stesso un vincitore di Pulitzer, ha ragione da vendere. In fondo, la notizia sarà anche la prima volta dei new media, ma su 14 premi il suo giornale ne ha vinti tre, sconfitto di misura (quattro) solo dal rivale *Washington Post*, con cui gareggia dai tempi d'oro del giornalismo d'inchiesta. E poi Keller può gongolare due volte. In fondo il riconoscimento di *ProPublica*, che ha vinto per una mega inchiesta sulle morti sospette all'ospedale di New Orleans dopo Katrina, è anche un po' suo: il servizio di Sheri Fink è stato prodotto e pubblicato dal magazine del *Times*.

Dice Paul Steiger, che è arrivato a dirigere la prima agenzia online no profit dopo una vita passata al *Wall Street Journal*, che il premio è una "validation", una sorta di "timbro": «Essere riconosciuti da una giuria del genere è un onore. È come dire: ecco, ci sono anche loro, sono una realtà, stanno facendo del giornalismo serio». Quella di *ProPublica* è una scommessa nata tre anni fa con un bonus di 10 milioni di dollari all'anno promesso da una finanziaria. «L'inchiesta di New Orleans è l'esempio più potente di quel-

lo per cui siamo nati: fare luce sugli abusi del potere, dare la possibilità al pubblico di conoscere». Che poi sarebbe la missione dei giornali tutti.

Non è l'unica inchiesta di *ProPublica* finita sotto la lente del Pulitzer. E neppure un caso che Sheri Fink, medico prestato al giornalismo, abbia già pubblicato fior di reportage su un altro "giornale che non c'è": quel *Daily Best* che è il sito online con cui Tina Brown ha scommesso sul futuro, dopo una vita dorata tra *Vanity Fair* e il *New Yorker*.

Un altro giornalismo è possibile? Un osservatore smalzato come Alan Mutter per la verità sul no profit frena. Basta fare due conti, dice. Il giornalismo dei quotidiani di qualità Usa costa 88 miliardi di dollari l'anno. Una signora cifra, addirittura un terzo di quei 307,7 miliardi di dollari che le associazioni no profit hanno ricevuto nel 2008. E la recessione, oggi, ha stretto i cordoni della borsa a tutti.

La domanda è sempre quella: chi paga per chi? Sig Gissler, l'amministratore del Pulitzer, giura che il futuro è misto. Il modello, insomma, può essere quello che ha portato a premiare *ProPublica* e il *New York Times*. «Ne vedremo sempre più di queste partnership: proprio perché ci aspettano tempi duri».

La strada allora sembra segnata: modello misto, new e old media, no profit e profittevole... Roy J. Harris Jr, l'autore di *Pulitzer's Gold: Behind the Prize for Public Service Journalism*, l'aveva predetto alla vigilia sul *Washington Post*. Il premio deve dare un segno, «finora ha sempre offerto una guida per capire dove va la professione». Come un mago, Harris aveva detto di prestare attenzione proprio al lavoro di *ProPublica* e poi a quelle «vignette animate» che sempre più in America fi-



LA FOTO VINCITRICE CON IL SOLDATO ADOLESCENTE
Craig Walker ha ritratto il soldato teenager Ian Fisher

Fa effetto trovare insieme al "New York Times" anche "ProPublica", nata appena tre anni fa

Ora la sfida è sfruttare i nuovi mezzi per cambiare il sistema dell'informazione

niscono in cima alle pagine più cliccate dei siti di news.

Chissà la vignetta che ci regalerà adesso Mark Fiore, il quarantenne designatore del *San Francisco Chronicle*, pardon, di *SFGate.com*, visto che i suoi lavori vanno solo online. Anche qui, per carità, il suo premio è un compromesso: perché è vero che va a un sito, ma sempre a un sito di un quotidiano. «Che cosa si fa quando si vince un Pulitzer? Ci si ributta nel lavoro o si può mandare tutto all'aria?» chiede ai suoi colleghi Fiore, che non può certo perdere ora il dono della battaglia.

Dice Ken Auletta, l'autore di *Google*, l'uomo che proprio la Columbia University ha definito il più at-

tento reporter dei nuovi media, che il Pulitzer è l'ultimo segnale ricevuto: attenzione, il mondo sta cambiando. Al punto che i nuovi media sostituiranno quelli più tradizionali? «Questo nessuno può dirlo ancora. Ma conosciamo già l'impatto tremendo che i media digitali hanno avuto sulla diffusione e sulla pubblicità dei giornali, sul modo con cui i cittadini si avvicinano alla tv o al cinema: attraverso Internet...». Il mezzo che rischia di cambiare il messaggio. «Basta piangersi addosso: la vera sfida è sfruttare i nuovi mezzi per modernizzare il vecchio sistema. E recuperare i lettori perduti».

Facile a dirsi. Ma come? Uno che

domenica sera, proprio alla vigilia della proclamazione dei Pulitzer, non riusciva a smettere il sorrisino d'ordinanza era Eric Schmidt, il Ceo di Google, croce e delizia dei media tradizionali, che ricorrono a Internet per scovare e ridistribuire notizie ma poi sempre da Internet se le vedono rispiattellare gratis. «Guardate che cosa stanno diventando i blog: il giornalismo di alta qualità trionferà», ha detto, a sorpresa, Schmidt a un summit con i dirigenti dei più grandi giornali d'America. «Abbiamo solo un problema di modello di business: non è un problema di modello di informazione». Lui è sicuro: «Svilupperemo nuove forme per fare soldi». Dov'è la trappola: «Risposte semplici non ce ne sono. Provate a seguire il modello Google: sperimentare».

I grandi vecchi del Pulitzer sembrano averlo ascoltato e il giornalismo sta già scrivendo una nuova pagina. L'"attacco", come si dice nel gergo degli articoli, sta venendo benissimo.

Chissà come finirà.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I PREMIATI
In basso, Gerald Mazorati (a destra) e Bill Keller del *New York Times* dopo l'annuncio del premio vinto con *ProPublica*

I protagonisti



JOHN F. KENNEDY
Unico presidente a vincere, si aggiudicò il premio nel 1957 quando era senatore per il libro *Profiles in Courage*



SEYMOUR HERSH
Ricevette il premio nel 1970 per aver svelato il massacro di My Lai durante la guerra in Vietnam



WOODWARD E BERNSTEIN
Indagando sul Watergate portarono il *Washington Post* alla vittoria nel 1973



DAVID REMNICK
Inviato a Mosca, fu premiato nel 1994 per il reportage *Lenin's Tomb* sulla fine dell'Urss



PROPUBLICA
L'associazione no profit ha vinto per l'inchiesta sulle morti a New Orleans



augusta giuria assegnando a volte il premio ad abili impostori hanno mai scosso la mistica del Pulitzer. Janet Cook, l'oscura reporter del *Washington Post* che lo vinse nel 1981 per la stupenda cronaca della vita di un bambino tossico, dovette restituirlo, quando si scoprì, per la gioia acre dei concorrenti e colleghi, che quel bambino era "fiction". Jack Kelley di *Usa Today* dovette ammettere nel 2002 che buona parte delle sue rivelazioni sulle centrali del ter-

Hanno vinto anche impostori: una cronista inventò la storia di un bimbo tossico

rorismo erano «false». Ma autentici, e sconvolgenti, furono gli articoli di Dana Priest sul *Washington Post* nel 2006, quando lei alzò il sudario sulla tortura spacciata come «tecnica avanzata di interrogatorio». Non senza qualche autoironia, i giurati assegnarono il premio per la saggi-stica a Joseph Hallinan, ex reporter del *Wall Street Journal* e autore del libro *Perché commettiamo errori*.

La fede del giovanotto ungherese destinato a divenire il simbolo più alto del "Quarto Potere", non sarebbe stata scossa da errori e da crisi, che da uomo del mestiere, reporter nato, conosceva. E sottolineava la parola "reporter" che lui, pur divenuto direttore ed editore di due quotidiani amava, come tutti coloro che abbiano cominciato dalla strada. «Amo i reporter perché loro sono la speranza del giornalismo. Sono semmai i direttori la delusione». Quei direttori che oggi si azzuffano per strapparsi l'un l'altro l'aureola lasciata dal guardiano dei muli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA