



LE LETTURE DI ASPEN

■ Corruzione, cupidigia e conflitto d'interessi: sono questi i tre elementi che hanno caratterizzato la rappresentazione di Washington, DC nella recente cultura popolare americana. Ora che l'amministrazione di Barack Obama sta entrando negli ultimi tre anni di mandato, il numero di libri, film e serie televisive che denunciano il malcostume della capitale è aumentato ancora di più. Appena eletto, Obama aveva promesso di cambiare questa "cultura". Ma un nuovo ritratto dell'élite al potere, **This Town** di **Mark Leibovich** (corrispondente nazionale del *New York Times Magazine*), illustra in maniera spietata la migrazione di moltissimi ex membri del Congresso dalla politica al lobbismo, spesso al servizio di enormi multinazionali (come la BP, per esempio) che quei politici avevano ferocemente criticato durante la loro attività parlamentare. Queste vere e proprie "famiglie mafiose" – ossia "giornalisti, aziende, politici e funzionari" – hanno dunque intrapreso lucrose carriere nel lobbismo e nei media "attaccandosi a Washington come formaggio fuso su un tostapane dorato".

L'INCESTUOSO INTRECCIO MEDIA-GOVERNO-POLITICA-AFFARI.

I dati eloquenti e rivelatori arrivano solo a pagina 330 del libro: nel 1974, solo il 3% dei parlamentari diventavano lobbisti; "ora lo diventano il 50% dei senatori e il 42% dei deputati".

La lista è senza fine. Il senatore Chris Dodd – capo della Motion Picture Association of America – è diventato l'uomo di fiducia di Hollywood a Wash-



ington. Il suo rivale per quella posizione, l'ex senatore Bob Kerrey nonché candidato alla presidenza nel 1992, ha confidato a Leibovich di essere al contempo annoiato dalla sostanza del lavoro e attirato dalla paga: "Non me ne frega un accidente della pirateria. Ma per quella cifra, lo ammetto, ho cominciato a interessarmi".

Sulla stessa falsariga del "virtuoso disprezzo", il senatore Byron Dorgan finisce a lavorare nel dipartimento di pubbliche relazioni di un grosso studio legale; il senatore Evan Bayh, critico implacabile della faziosità, diventa un opinionista di Fox News e si mette a fare lobbying; Tim Pawlenty, il *regular guy* del *midwest* delle scorse primarie repubblicane, si mette a fare il lobbista per la Financial Services Roundtable; Peter Orszag, l'ex capo dell'Ufficio per la gestione del bilancio della Casa Bianca incaricato di dare una risposta alla crisi finanziaria, va a lavorare per Citigroup. Poi ci sono molti altri nomi, poco conosciuti al di fuori degli Stati Uniti.

Ma il lobbismo non è tutto. C'è anche l'incestuosa relazione tra media, governo e politica. Andrea Mitchell di NBC, una giornalista intelligente e tenace che ha fatto da apripista alle donne nei media, è sposata con Alan Greenspan, governatore della Federal Reserve dal 1987 al 2006. Richard Holbrooke, stella della diplomazia americana deceduto nel 2010, era sposato con Kati Marton, nota giornalista, scrittrice e attivista dei diritti umani. Si tratta dunque di un vero e proprio conflitto d'interessi affettivo, che in quanto tale provoca seri dilemmi nella copertura giornalistica di certi "mariti famosi" e si risolve spesso in situazioni esilaranti.

Questo ristretto gruppo di addetti ai lavori si è guadagnato moltissimi appellativi: "Permanent Washington", "The Chattering Class" (la classe chiacchierona), "I soliti sospetti", "The Beltway Establishment" (la Beltway è una sorta di raccordo anulare di Washington), "La Camera di Risonanza", "La Banda dei 500 o 600", "Il Club" e "This Town" (questa città). Come



dice la quarta di copertina, questo gruppo si trova all'incrocio tra la grande politica, i grandi affari, i grandi media e la grande vanità: “Non ci sono più democratici e repubblicani nella capitale, ci sono solo milionari. Il complesso mediatico-industriale è l'inconfessabile segreto di questo posto nel XXI secolo”.

Leggendo il libro, è inevitabile tracciare paragoni con capitali europee come Roma o Parigi, dove il primo ministro è sposato con un'importante giornalista, o dove l'ex sindaco ed ex ministro della Cultura e del Turismo è sposato con un'altra personalità importante dei media – e così via.

Tuttavia, Washington è un caso particolare. È (o è stato) il palcoscenico di serie tv di successo quali *House of Cards*, *Homeland*, *Scandal* e *The West Wing*, e questo palcoscenico detta l'agenda politica a livello globale.

Se siete degli appassionati di politica americana, nel libro troverete un'infinità di esempi di come queste relazioni incestuose abbiano trasformato la capitale degli Stati Uniti nella città più odiata del paese. Il club delle “persone che governano il tuo paese” è accusato di aver architettato un sistema in cui “Washington potrebbe anche non lavorare troppo bene per la nazione”, ma “lavora splendidamente per Washington stessa”, creando così una “perversione mortificante degli ideali nazionali”.

Nel recensire questo best-seller, Il *New York Times* ha affermato che *This Town*, a tratti, assomiglia a *Declino e caduta dell'impero romano* dello storico inglese Edward Gibbon.

È anche vero che da Jimmy Carter (un *outsider* che ha sconfitto l'*establishment* di Washington alle elezioni presidenziali del 1976) in poi, ogni presidente americano ha cercato di intercettare il disgusto dell'opinione pubblica verso la capitale. Carter e il suo staff avevano infatti promesso di cambiare Washington, e di non essere cambiati dalla capitale, salvo poi sprofondare nell'immobilismo.

Da quel momento ogni presidente (eccetto George Bush padre, che non è stato rieletto) si è presentato come l'*underdog*, il politico che non aveva alcun legame con l'apparato governativo e che disprezzava Washington. Eppure questo atteggiamento è ancora più radicato nel tempo. Nel lontano 1939, il film di culto *Mr. Smith va a Washington* era accompagnato da un libro e da articoli che dicevano che Washington era stata corrotta dai lobbisti. Steven Spielberg, nel suo film sul presidente Lincoln, lo ritrae mentre chiama a Washington una truppa di lobbisti corrotti oltre ogni misura perché senza il loro aiuto non era in grado di abolire la schiavitù.

Per il resto, il libro di Leibovich è pieno di aneddoti e retroscena.

Obama, per esempio, odia ascoltare i discorsi delle altre persone, anche quando non sono attacchi rivolti contro di lui. Henry Kissinger racconta alla vedova di Holbrooke che Obama, come Nixon, è un tipo solitario. Ma c'è una grossa differenza tra i due: "Nixon amava circondarsi di grandi personalità. Obama invece no". Hillary Clinton ha sempre avuto un debole per gli uomini dalla personalità forte, solitamente più vecchi di lei, narcisisti e portati all'autodistruzione. Suo marito e suo padre, un conservatore a tutto tondo, rientrano appieno in questa categoria.

Anche l'Aspen Ideas Festival è descritto come una sorta di "campo da gioco" per i membri di questo gruppo.

IL GUSTO DEL GOSSIP. Alcuni dei ritratti più graffianti riguardano l'eccentrico Harry Reid, capogruppo repubblicano al senato, e il gruppo degli intermediari che oscillano tra media e politica; c'è anche un bizzarro ritratto di Kurt Bardella, assistente del Congressman Darrell Issa. Leibovich convince Bardella a metterlo in copia nascosta (*blind copy*) nel traffico di email con i giornalisti, in modo da farsi un'idea della relazione informale tra la stampa e il congresso. Bardella accetta senza il minimo dubbio, nella speranza di

entrare a far parte del Club. L'accordo viene però scoperto e rivelato dal sito *Politico.com*; Bardella è licenziato ma riassunto dopo un breve periodo.

Il momento di gloria per “questa città” si celebra alla cena annuale della White House Correspondents Association, nella quale i *mainstream media* e altre grosse aziende private prenotano tavolate costosissime e organizzano dozzine di feste patinate, mentre il presidente di solito fa un discorso autoironico e i giornalisti si lasciano andare a elogi autoreferenziali. In uno dei passaggi più pungenti del libro, Leibovich scrive: “Bin Laden è stato ucciso di domenica ed è stato un bene, non solo perché ha reso il mondo un posto più sicuro, ma soprattutto perché non si è messo di traverso alla cena (di lunedì) della Correspondents Association”.

La Bibbia quotidiana per il nocciolo duro dei giornalisti che fanno parte del Club è “Playbook”, la rubrica di *Politico.com* che racconta quello che sta succedendo a Washington, naturalmente con dovizia di particolari e gossip. Il problema è che recentemente lo stesso Playbook è stato criticato per l'eccessiva vicinanza ai lobbisti, che sono ben contenti di leggere il loro nome (e quello dell'azienda che rappresentano) nella rubrica.

Mike Allen, direttore di *Politico.com*, racconta a Leibovich di aver visto in prima persona come Geoff Morrell (ex portavoce del segretario della Difesa) sia stato assunto e ricoperto di soldi da BP America, una delle maggiori multinazionali dell'energia degli Stati Uniti.

La rivelazione più esemplificativa contenuta nel libro riguarda la raccolta di fondi per l'ONG CURE (Citizens United for Research in Epilepsy) organizzata dalla famiglia di David Axelrod, il guru della comunicazione che è considerato l'artefice del successo elettorale di Obama. Grazie agli sforzi degli intermediari e ai contributi degli stessi giornalisti che stavano seguendo la campagna e l'amministrazione, nel 2009 l'associazione è riuscita a triplicare il suo fatturato, arrivando – secondo i dati ufficiali – a 1,9 milioni di dollari.



In definitiva, il libro è divertente ma non necessariamente analitico. Ciò nonostante, tutti i temi principali sono affrontati. L'industria del lobbismo, che da sola vale 3,5 miliardi di dollari (e il dato è del 2008), ha messo salde radici a Washington e non ha intenzione di muoversi da lì. La pioggia di dollari che si abbatte sulle campagne presidenziali è affiancata dall'ascesa dei consulenti politici, che hanno ormai rimpiazzato i vecchi boss politici di partito. Infine, la televisione via cavo e i canali *all news* (insieme al resto dei social media) hanno dato a queste persone un'influenza che prima era difficilmente immaginabile.

Stranamente, una delle poche persone a uscire bene dal libro è lo stesso Obama, sia presente che assente. Obama prova un odio genuino verso “questa città” – un odio sincero e profondo. Ma molti membri del suo staff sono già passati al “lato oscuro”, accettando lavori nel mondo del lobbismo, posizioni nei media e incassi notevoli nella veste di conferenzieri.

Il presidente disprezza l'intera città e alcune delle sue consuetudini. Non è un fan di *Politico.com*, non approva particolarmente le persone che fanno parte del clan dei Clinton e non sopporta troppo i partiti; nonostante ciò, è costretto a “subire” tutti questi gruppi facendo buon viso a cattivo gioco. Sarà probabilmente il funzionamento di questa distopia a definire il resto del suo mandato a Washington e il posto che si ritaglierà nella storia americana. **Dennis Redmont ■**

Mark Leibovich, *This Town. Two parties and a funeral plus plenty of valet parking in America's Gilded Capital*, Blue Rider Press (USA), Penguin Press (UK), 2013.

Dennis Redmont, già direttore per il Mediterraneo dell'Associated Press, è Responsabile Media, Communication and Development del Council for the United States and Italy e professore di Media internazionali alla Scuola di Giornalismo RAI dell'Università di Perugia.



appunti del lettore

appunti del lettore
