

Informazione e guerra: la televisione nella guerra del Vietnam e del Golfo Persico.

Mirko Nozzi

Introduzione

L'argomento di questo scritto è l'informazione televisiva della guerra. Si analizzano i casi della guerra del Vietnam, la prima in cui la tv è la principale fonte di informazione per la maggior parte dei cittadini, e la guerra del Golfo, la prima trasmessa in diretta. Il punto centrale di osservazione dell'argomento sarà il rapporto che si instaura tra i mezzi di informazione e il sistema politico: rapporto che può essere di collaborazione e ricerca di consenso (i mezzi di informazione sono istituzioni e dipendono da altre istituzioni che costituiscono la loro fonte primaria di notizie; i politici hanno bisogno dei media, in primo luogo per comunicare con la gente, per occupare la scena pubblica) oppure di contrasto e ricerca di autonomia (per il giornalista l'informazione è una merce con un proprio valore, al di là di qualunque convenienza politica; e l'uomo politico non in ogni circostanza vuole rendere pubblici i propri atti e pensieri). Di questo rapporto di interdipendenza, di reciproche influenze più o meno forti, la guerra rappresenta sempre una messa in discussione, intensificando sia la mutua dipendenza, il legame istituzionale di fronte alla minaccia del nemico, al sacrificio non criticabile dei connazionali in battaglia, sia il contrasto, perché proprio durante la guerra cresce contemporaneamente la domanda di senso, di racconto, rivolta ai mezzi di informazione e la volontà del governo e dei comandi militari di nascondere le verità ritenute non opportune.

Per capire il comportamento di politici e giornalisti è utile tracciare il contesto storico dei due casi; per il Vietnam: la presa di coscienza dopo le due guerre mondiali dell'importanza della propaganda in guerra e della gestione dell'opinione pubblica in tempo di pace o guerra fredda, la nascita del mezzo televisivo; per il Golfo: lo sviluppo delle tecnologie degli armamenti e delle comunicazioni, la media diplomacy degli anni '80, le guerre condotte con armi intelligenti e nel silenzio (forzato) dell'informazione.

Interessante, riguardo al Vietnam e al Golfo, è notare come la televisione sia un mezzo dotato di un peculiare racconto giornalistico, che si esprime con modalità proprie sia in presenza che in assenza di censura, sia con immagini di morte e orrore che con i puliti voli degli aerei e delle armi intelligenti. L'immagine televisiva sembra parlare da sola, avere un senso compiuto in sé, immediato, anche in assenza della mediazione giornalistica, di chi dovrebbe fare diventare il fatto una notizia. Di fronte a questa novità nella rappresentazione della guerra muta profondamente l'interdipendenza tra sistema dell'informazione e sistema politico.

Cap. I - L'informazione negli Stati Uniti dopo il 1945

Con le due guerre mondiali emerge la consapevolezza di un diverso ruolo dell'informazione, rispetto alla guerra e, più in generale, rispetto alla politica. Il generale Eisenhower, a un convegno degli editori americani durante la II guerra mondiale, afferma che è "l'opinione pubblica che vince la guerra" [1]. Dalla I guerra mondiale è l'intero apparato dello stato che gestisce l'opinione pubblica in guerra al fine della mobilitazione della società [2] (convincendo la gente che la guerra sia una giusta causa e perciò a sostenere sacrifici, innanzitutto arruolandosi), tramite ministeri dell'informazione o organi controllati direttamente dall'esecutivo (il primo modello è quello dell'efficiente Ministero delle Informazioni britannico di Beaverbrook). La propaganda si serve dello strumento della censura (occultare i fatti sgraditi) e della produzione di un flusso alternativo di notizie (una manipolazione, attraverso la menzogna, dei fatti graditi). Con l'utilizzo della radio nella II guerra mondiale [3] l'apparato propagandistico può rivolgersi direttamente al nemico: è la novità della guerra psicologica, si trasmettono programmi aventi lo scopo di cambiare l'atteggiamento della popolazione e dell'esercito contro cui si sta combattendo.

Negli Stati Uniti l'esperienza della propaganda di guerra e il nascente ricorso alle pubbliche relazioni da parte dei cosiddetti "interessi" (le conferenze stampa, i comunicati di istituzioni politiche, di poteri economici), resero i più attenti tra i giornalisti sospettosi verso i fatti loro presentati e dubbiosi delle verità che sembravano costruite apposta in favore dei gruppi di interesse. Il news management governativo dell'informazione, specialmente in politica estera, diventa un maggiore problema dopo la II guerra mondiale con l'emergere di un establishment della sicurezza nazionale, che intendeva preparare la nazione a un conflitto internazionale permanente. Durante la guerra fredda la cultura, l'informazione e l'ideologia sono un fronte importante, poiché l'equilibrio internazionale basato sul terrore di una guerra nucleare sposta il conflitto su un piano simbolico, in cui decisivo diventa il controllo del flusso delle informazioni [4]. Secondo la definizione di McLuhan, la guerra fredda è una battaglia elettrica di informazioni e immagini [5].

In questa sfida indiretta tra USA e URSS si combattono anche guerre reali: i conflitti regionali della Corea e del Vietnam. Nella guerra di Corea (1950-53) [6], dopo alcuni articoli di critica sul cattivo equipaggiamento dell'esercito e sul regime sudcoreano violento e corrotto, viene imposta una ferrea censura militare, per cui la Corea è una guerra poco conosciuta e presto dimenticata. Hollywood rappresenta la guerra secondo i modelli di patriottismo ed eroismo della II guerra mondiale, mentre la televisione era ancora in una fase di esordio, ma destinata a svilupparsi velocemente.

Scrive nel 1963 D. Bell che la cultura popolare

"ha procurato all'insieme della nazione un fondo comune di immagini, di idee e di divertimento. La società, alla quale mancavano delle istituzioni nazionali ben definite e una classe dirigente cosciente di esserlo, si amalgama grazie ai mezzi di comunicazione di massa. Nella misura in cui è possibile attribuire una data precisa a una rivoluzione sociale, si potrebbe forse prendere come punto di riferimento la sera del 7 marzo 1955; quella sera un americano su due guardò Mary Martin impersonare Peter Pan alla televisione. Era la prima volta nella storia che una sola

persona si faceva vedere, o sentire, in un'unica occasione, da un pubblico così esteso" [7].

La televisione può collegare un solo individuo a un ampio pubblico attraverso un flusso simbolico istantaneo e discendente, ponendosi come memoria collettiva del presente. Nel 1963 il notiziario della CBS passa da 15 a 30 minuti, la tv è ormai la principale fonte di notizie; nel 1967 la maggior parte dei network trasmette a colori. Di fronte a questo nuovo potere la risposta istituzionale consiste nel news management, pratica utilizzata da Kennedy [8] (ex giornalista, corrispondente nella II guerra mondiale): la sua immagine televisiva incarna il mito politico di una nazione giovane e progressista per una società e un futuro migliore, i media diventano canale interno della comunicazione politica permettendo un rapporto diretto con l'elettorato (Kennedy si rivolge in diretta televisiva agli americani, la prima volta accade il 25 gennaio 1961 con un ascolto di 60 milioni). Il news management si basa sulla produzione di fatti, eventi capaci di fare notizia, che circolano attraverso la stampa commerciale o indipendente. Gli attori politici intervengono nel processo di produzione delle notizie (con dichiarazioni, comunicati, briefings, eventi per media...): non si tratta quindi di limitare l'informazione, ma di estenderla entro una strategia, mettendo in circolazione le informazioni desiderate e prevenendo quella delle notizie sgradite.

Cap. II - La guerra del Vietnam

La guerra del Vietnam (1954-75) fu combattuta come un'altra Corea, in nome dell'anticomunismo. All'inizio l'intervento americano è defilato e di solo appoggio al Vietnam del Sud, per poi intensificarsi progressivamente. Il governo Kennedy vuole nascondere l'esistenza di una vera guerra in Vietnam. Sully, inviato della rivista "Newsweek" dotato di forte senso critico, scrive nel 1962 che l'impresa nel Vietnam era destinata al fallimento; dopo le proteste ufficiali viene sostituito da un altro corrispondente. Ma la crisi ha una brusca impennata con l'incidente del Golfo di Tonchino, al quale il Presidente Johnson fa seguire un news management da guerra fredda (i comunisti hanno attaccato le navi americane, dobbiamo difenderci). La stampa accetta la versione del Pentagono, in televisione l'ambasciatore americano in Vietnam dichiara che i Vietcong tagliano le teste ai capi-villaggio e, dopo averle infilate su punte di bastoni, le mostrano per terrorizzare i contadini. Ormai la presenza americana significa guerra aperta e il generale Westmoreland (capo delle operazioni terrestri) vuole avviare una politica di larga costruzione del consenso, lasciando via libera a tutti i media: non c'è censura, agli accreditati viene fornita ogni cooperazione e assistenza, comprensiva di razioni e alloggio, e la possibilità di muoversi liberamente [9].

All'inizio la guerra è raccontata come una marcia trionfale, giustificata dalla difesa della democrazia contro il totalitarismo. La copertura televisiva della guerra è bassa e occasionale fino al 1965, per poi crescere fino all'aprile del '68 e diventare più regolare fino al 1973. Vero e proprio spartiacque nella rappresentazione della guerra è la rottura del 1968 (per il nuovo clima politico che vede il decrescere del consenso interno ed anche per innovazioni tecnologiche di trasmissione delle immagini e l'uso delle prime telecamere portatili). Per il Vietnam fino al '68 [10] (come poi accadrà per l'intera guerra del Golfo) l'orrore non è mostrato, gli

anchorman hanno la funzione di parlare di patrioti, del coraggio dei nostri ragazzi, della precisione delle armi ad alta tecnologia, mentre il nemico è demonizzato come crudele e fanatico, e chi dissente sul conflitto ha un atteggiamento riduttivo e antipatriottico. È una telecronaca soft della guerra, solo il 22% dei filmati mostra scene di violenza, morti o feriti; le storie prevalenti sono quelle degli american boys in azione, non per motivi di censura, ma per una condivisione di cultura, ideologia e punto di vista tra giornalisti e militari. Ecco un esempio di resoconto televisivo:

“I coraggiosi hanno bisogno di leader. Questo è un leader di uomini coraggiosi. Si chiama Hal Moore. Viene da Bardstown, Kentucky. È sposato e padre di 5 figli. Sono i migliori soldati del mondo. In effetti, sono i migliori uomini del mondo. Sono ben preparati, ben disciplinati [...] La loro motivazione è formidabile. Sono venuti qui per vincere” [11].

Inoltre la guerra aerea fa sì che le informazioni a riguardo provengano dai militari e non dall'osservazione diretta. I piloti sono i più intervistati tra i militari, tra essi e il giornalista spesso si verifica un'identificazione: entrambi sono col morale alto, partecipano a un evento che può essere la svolta per la loro carriera e vita.

Per McLuhan il Vietnam è la “prima guerra televisiva”. Lo spettatore ha la sensazione concreta di essere testimone della guerra nel suo stesso farsi, partecipa “ad ogni fase della guerra, e le azioni principali vengono ora combattute in ogni casa americana” [12]. La rappresentazione televisiva porta a una teatralizzazione della cronaca di guerra (simile al cinema western e al romanzo d'avventura più che al resoconto), con la quale si idealizza il conflitto e si diffonde la mistica dell'eroe americano. La nuova tecnologia permette una maggiore quantità di informazioni e lo spettatore, ricevendo una molteplicità di stimoli visivi e sonori in un tempo estremamente breve, ha bisogno di una semplificazione, perciò gli si forniscono storie animate da personaggi in contrapposizione che facilitino la comprensione. È l'applicazione dello schema narrativo dei racconti della tradizione popolare, in cui le diverse parti si risolvono nell'antinomia fondamentale eroe / antieroe. Al compiacimento dell'intervista agli eroi, corrispondono le denominazioni del nordvietnamita (nemico, rosso, comunista); i danni alla popolazione civile in televisione diventano la politica calcolata del terrore, se causati dal nemico, fatale errore, se causati dai nostri ragazzi. In questo tipo di cronaca è impensabile che ci sia lo spazio per la critica (“Mentre gli americani combattono e muoiono in Vietnam, vi sono alcuni in questo paese che simpatizzano con i Vietcong”, afferma un notiziario dell'ABC del '65, riferendosi ai pacifisti americani).

I bombardamenti massicci dei villaggi vietnamiti provocano sì nel 1965 un dibattito sull'efficacia delle operazioni e sui danni civili, ma la televisione tralascia la questione politica, ponendo piuttosto l'attenzione sull'esperienza personale dei piloti, sulla descrizione delle tecnologie dei sistemi d'arma. Un'eccezione al consenso è il telegiornale della CBS che nell'agosto '65 dà la notizia dell'incendio del villaggio di Cam Ne da parte degli americani, commentando duramente (“non c'è dubbio che il fuoco militare americano può ottenere una vittoria qui. Ma ci vorrà ben più di una promessa della presidenza per convincerlo che noi siamo dalla sua parte”). Nonostante la telefonata del Presidente Johnson all'amico Stanton (dirigente della rete) viene trasmesso anche il filmato, dove si vedono i marine che usano il lanciafiamme contro il villaggio, bambini e anziani compresi, ed abitazioni rase al

suolo per rappresaglia. Alla messa in onda seguono telefonate di protesta dei telespettatori, che si lamentano della propaganda comunista e del sostegno dato alla causa del nemico.

La guerra contro un paese nettamente inferiore tecnologicamente stava durando più del previsto, e il Pentagono fa credere che la vittoria sia imminente, nonostante le divergenze interne allo stesso establishment sulla tattica da seguire (una pesante escalation per il generale Westmoreland, una graduale intensificazione per il Segretario di Stato McNamara). Nell'autunno '67, anche per l'approssimarsi delle elezioni presidenziali, l'amministrazione Johnson tenta di convincere l'opinione pubblica che la guerra stesse finendo con successo. Ma l'azione offensiva terrestre del Tet (gennaio '68) non porta i risultati sperati e quando alcuni nordvietnamiti penetrano per qualche attimo nel recinto dell'ambasciata americana a Saigon, Cronkite della CBS commenta sbigottito: "che diavolo sta succedendo? Credevo che stessimo vincendo la guerra". Sempre Cronkite, recatosi di persona in Vietnam un mese dopo, definì la guerra uno stallo di sangue; per l'opinione pubblica era ormai chiaro che l'America stava perdendo la guerra (come annunciato dalla NBC). Johnson rimuove Westmoreland e il 31 marzo 1968 annuncia in televisione la sospensione dei bombardamenti e la propria non ricandidatura.

Con l'offensiva del Tet la cronaca televisiva era cambiata, diventando più drammatica e critica [13]: il news management governativo era entrato in collisione con la crescente contestazione nelle università, nel giornalismo, nel governo stesso e nella popolazione in generale, che ora forniva l'audience per un giornalismo più aggressivo e scettico. D'un colpo crolla lo schema semplificatorio di un Vietnam del Sud democratico contro l'invasione del Nord comunista e con l'intensificazione dell'attività giornalistica aumentano le immagini di vittime civili e di distruzioni urbane: per la prima volta la guerra appare in televisione come un brutto affare. Lo spettatore, di fronte a immagini di combattimenti in campo aperto e di forti perdite americane si convince di una sconfitta, che per i militari è da attribuirsi senza dubbio alla televisione. Per Westmoreland

"la svolta ci fu con la battaglia del Tet. Militarmente la vincemmo noi, ma due giorni dopo il suo inizio Walter Cronkite annunciò in tv che noi avevamo perso, e quella diventò la verità. Se potessi tornare indietro, convocherei una conferenza stampa e darei la mia versione dei fatti." [14].

Un simbolo del nuovo clima politico e giornalistico è la notizia dell'eccidio di My Lai [15] (109 civili vietnamiti uccisi dai soldati americani nel marzo '68). Grazie al lavoro di un giornalista indipendente vengono pubblicate nel novembre '69 le fotografie e un mese dopo compaiono articoli su "Time" e "Newsweek". Solo adesso l'opinione pubblica americana era disposta a leggere e accettare cronache del genere. Con il pentimento in televisione di un soldato reduce da My Lai, mentre la madre accusa l'esercito di avere trasformato il proprio figlio in un assassino, scompaiono i pudori a parlare della natura della guerra e a My Lai seguiranno altri racconti di atrocità (si vedono reduci in televisione che confessano di avere ucciso bambini). Questo a dimostrazione che My Lai è solo un esempio della guerra, non un fatto eclatante in sé; in Vietnam aveva infatti raggiunto l'apice il razzismo americano contro gli asiatici, destato su scala nazionale durante la II guerra mondiale, ma prima di My Lai l'informazione aveva passato sotto silenzio la

natura razzista e brutale della guerra e la maniera in cui gli americani trattavano i vietnamiti (l'odio era esteso verso tutti i vietnamiti, poiché il nemico era fisicamente indistinguibile dall'alleato).

Si era ormai rotto il tacito patto consensuale tra media e potere politico e la perdita di fiducia nelle istituzioni aiutò l'emancipazione della televisione. I mass media, che in Vietnam godevano di ampia autonomia, all'inizio avevano come sempre accettato il linguaggio, le prospettive e l'agenda dell'establishment. Solo nel periodo anomalo 1968 - 1973 la televisione documenta la breccia aperta nel consenso americano, portando, secondo l'opinione di molti uomini dei media e dell'esercito, la verità crudele della guerra dentro le case delle famiglie americane in primo piano e a colori, causando la disillusione nei confronti delle istituzioni, il collasso morale della nazione e l'antimilitarismo dell'opinione pubblica. Per i conservatori si tratta di una guerra vinta sul campo e persa in salotto. Si devono però attenuare queste affermazioni: i commentatori televisivi si mostravano sgomenti per le perdite americane, le vite spezzate inutilmente; non veniva certo preso in considerazione il movimento pacifista e di critica radicale alle istituzioni. I corrispondenti non mettevano in dubbio l'opportunità dell'intervento americano, ma solo la sua efficacia, le eventuali critiche sono non per la politica, ma per la tattica americana e per il corrotto e inaffidabile Diem. Quasi tutti desideravano che l'America vincesses la guerra e solamente quando fu evidente che l'opposizione alla guerra era in aumento e che l'establishment stava tentennando, la televisione riprese anche i contrari alla guerra (ovvero i critici moderati parte dell'élite politica della capitale, mentre il 15 gennaio '69 non veniva trasmessa in diretta la maggiore manifestazione contro la guerra). Inoltre in televisione le scene di guerra appaiono irreali, si vedono inquadrati piccoli ometti, i telegiornali sono una selezione di tre minuti del totale delle riprese e questo segmento di scena non è più realistico di una scena di guerra di un film di Hollywood, nel quale il protagonista è il corrispondente e tutto finisce sicuramente bene.

Più che al potere sovversivo della televisione, la perdita del consenso sarebbe piuttosto da imputare alla campagna propagandistica nell'ambito delle relazioni pubbliche nel tentativo di fare accettare la versione ufficiale della guerra, che aveva lasciato totale libertà di movimento a qualsiasi corrispondente, fino al punto in cui fu impossibile per l'esercito controllare quella massa di inviati vaganti in tutta l'Indocina (nel '68, momento di maggiore audience, erano quasi 700). Tanto più decisiva fu questa mancanza di controllo, quanto il fatto che il Vietnam fosse una guerra senza un fronte ben definito, priva di un'immagine chiara del nemico sulla quale la nazione potesse concentrare il proprio odio, combattuta lontano dal suolo americano e perciò senza che fosse sentita la necessità di un sacrificio generale.

Si può pensare che con il '68 era scoppiata una critica vitale, dopo che il trauma nazionale per gli attentati a Kennedy e M.L. King aveva fatto cadere a pezzi un mondo comprensibile ed apparire i simboli di sicurezza contro la minaccia comunista (CIA, FBI) essi stessi una minaccia. I media americani non avevano del tutto abbandonato il ruolo di istituzione interna all'establishment, ma non potevano non segnalare l'ondeggiamento della politica estera americana, evidente con l'amministrazione Nixon che annuncia il progressivo disimpegno nel conflitto e intanto fa proseguire i bombardamenti intensivi. Per queste contraddizioni interne alle istituzioni politiche può trovare spazio un giornalismo critico, che causerà le

dimissioni di Nixon in seguito alle rivelazioni dello scandalo Watergate. Nel giugno '71 il "New York Times" aveva pubblicato i Pentagon Papers (le carte segrete del Dipartimento della Difesa, comprensive degli inganni durante l'impegno militare in Vietnam) e la consapevolezza del pericolo rappresentato dall'ingerenza militare sulla vita civile e nel condizionamento dell'opinione pubblica [16] raggiunge il centro del sistema politico: nel marzo '72 viene istituita una Commissione d'inchiesta del Senato, presieduta da Fulbright, sulle attività di relazioni pubbliche del Pentagono ("The Pentagon Propaganda Machine", secondo il titolo del libro dello stesso sen. Fulbright).

A fianco dei casi dell'emergente giornalismo critico, in generale l'informazione continua a replicare le fonti ufficiali. Dopo la presa di coscienza nazionale esplosa con My Lai che la guerra non fosse più una giusta causa e che si stesse pagando un prezzo troppo alto, i mass media pensano e scrivono che la guerra sia praticamente finita e le dedicano sempre meno spazio e tempo (inizia a scendere progressivamente anche il numero degli accreditati ufficiali). Il progressivo ritiro delle truppe americane e il conseguente disinteresse dei lettori rende il 1971, anno dei maggiori danni in Indocina per l'aumento esponenziale delle incursioni aeree (bombardati Vietnam, Laos e Cambogia) il periodo meno seguito dai mezzi di informazione, in conformità agli interessi delle autorità militari di indurre l'opinione pubblica all'apatia nei confronti della guerra e all'oscuro dell'escalation dei bombardamenti (il totale delle bombe sganciate sull'Indocina è di circa 4 milioni di tonnellate, pari per potenziale distruttivo a centinaia di Hiroshima). I giornali continuano a denunciare le condizioni dell'esercito americano, pubblicando storie di abusi di droga, di assassini di ufficiali non graditi, ma per quanto critiche queste sono pur sempre cronache giorno per giorno; pochi corrispondenti hanno dimostrato una percezione della dimensione storica degli avvenimenti, pochi hanno investigato insoddisfatti delle versioni ufficiali, pochi hanno fornito analisi di insieme.

Cap. III - L'informazione prima della guerra del Golfo: l'onnipresenza globale della televisione e le nuove guerre invisibili

Dalla fine degli anni '70, con lo sviluppo delle tecnologie informatiche applicate agli armamenti, si afferma un concetto di guerra come sistema di informazione, comando e controllo. Già nel Vietnam la Divisione Jasons (formata da un gruppo di esperti e scienziati) aveva sperimentato le prime applicazioni dell'elettronica e dei sensori per la localizzazione dell'avversario [17]. La ricerca scientifica su queste tecnologie per scopi militari dà l'avvio a grandi cambiamenti nel settore delle telecomunicazioni. Negli anni '70 si verificano le prime controversie diplomatiche sulla regolazione dei satelliti a diffusione diretta, il cui carattere transnazionale rende difficile l'esercizio della sovranità nazionale formalizzato in una legge coercitiva. Godendo del monopolio di fatto sulla tecnologia satellitare, gli Stati Uniti invocano il principio del libero flusso delle informazioni e quello del "primo arrivato primo servito" [18].

Dagli anni '80 l'uso frequente della tecnologia satellitare per le trasmissioni televisive permette la comunicazione in tempo reale in tutto il pianeta. I satelliti diventano strumenti di diffusione sovranazionale, la dimensione enorme del pubblico potenziale fa sviluppare televisioni per target, settori e argomenti precisi.

Il 1 giugno 1980 è la data della prima trasmissione della CNN [19], canale tematico di sole news, che diventerà pioniere e leader (per diffusione e audience) di questo settore, diffondendosi via satellite in tutto il mondo, all'inizio grazie a un accordo con multinazionali alberghiere. Nel 1988 la CNN ha quasi 50 milioni di utenze negli Stati Uniti (più della metà di tutte le utenze), nel 1992 salite a 120 milioni. Il motto del network è "dovunque accade qualcosa, e prima ancora!"

Con la CNN la notizia sta accadendo nel momento stesso in cui si ascolta; questa contemporaneità delle notizie rispetto ai fatti fa sì che la televisione satellitare diventi uno strumento della diplomazia internazionale [20] (quando gli Stati Uniti invadono Panama, Mosca ha protestato chiamando il corrispondente della CNN!). Per il portavoce della Casa Bianca Fitzwater "la CNN ha inaugurato un nuovo metodo di comunicazione tra i governi che permette immediatezza e franchezza"; grazie al satellite, infatti, l'utilizzo governativo della televisione può ora estendersi oltre i confini, è possibile trasmettere direttamente le proprie posizioni ufficiali in tutto il mondo. Diplomatici, politici e militari seguono la CNN. L'ex presidente Carter, osservatore ufficiale alle elezioni di Panama (1989) assiste direttamente a disordini scoppiati nelle strade; per capire cosa stesse accadendo, va in albergo e si sintonizza sulla CNN. La CNN diventa l'immagine dell'informazione contemporanea, anche rispetto all'effettivo ascolto; è come se fosse un'agenzia di stampa in tempo reale che fornisce immagini invece di parole. Di fronte a questo nuovo tipo di informazione planetaria, ci si domanda se esso porti a nuove forme di colonizzazione culturale americana [21]. Ricordiamo che al tempo della guerra del Golfo l'80% del flusso di notizie di tutto il mondo è controllato da 4 grandi agenzie occidentali (Associated Press, United Press International, Agence France Press, Reuter) e l'informazione estera dei Paesi in via di sviluppo è dipendente per le immagini dalle agenzie Visnews, World Television News, CBS News International e CNN [22].

La media diplomacy viene utilizzata consapevolmente sotto la presidenza Reagan, durante la quale si sviluppano tecniche di marketing politico e un uso costante dei media come canale di comunicazione politica. Per Janka, addetto stampa prima di Nixon e poi dello stesso Reagan, gli anni di Reagan videro una manipolazione dell'informazione attraverso l'inondazione [23]. Deaver, il coordinatore della comunicazione dello staff presidenziale, progetta eventi e azioni capaci di attirare i media, programmati come grandi produzioni cinematografiche. Esempi sono le "photo opportunities" (cioè fotografare Reagan in atteggiamenti "spontanei"), la "storia del giorno" (notizia già confezionata per l'uso immediato giornalistico), la "frase del giorno" (lo stesso concetto sviluppato contemporaneamente in diversi luoghi da vari uomini politici, amministratori locali, personaggi pubblici, in modo da avere visibilità sui media intorno a quella determinata tematica).

Caso da manuale di media diplomacy e di politica spettacolo sono i vertici USA - URSS (da quello di Ginevra del 1985 a quello di Malta, 1989) [24]: il mondo guarda i due leader che assumono la parte degli eroi positivi del disarmo e della pace, protagonisti di una recita collettiva che attira le speranze di tutto il pianeta. Anche il sovietico Gorbacev sa utilizzare la media diplomacy, dichiara ad effetto il disarmo unilaterale (a New York, in casa del nemico) e si rivolge direttamente agli americani come un amico, interessato come loro alla pace (scrive su questo tema un volume a puntate, pubblicato sul "Washington Post"). Al di là dei risultati

concreti sul piano politico e diplomatico raggiunti nei singoli vertici, conta l'atmosfera amplificata dai media delle strette di mano, delle espressioni facciali, dei colloqui privati, dell'amicizia tra le rispettive mogli. Si realizzano le intuizioni di McLuhan, nel villaggio tribale su scala planetaria in assenza di contenuto è il contenitore (televisivo) stesso che può farsi contenuto, il medium diventa il messaggio [25].

Per questi vertici è utile la ricerca sociologica di Dayan e Katz sui "media events" [26], definiti come quegli eventi storici, soprattutto avvenimenti di stato, trasmessi in diretta e che destano l'attenzione di un'intera società. I media events sono narrati impiagando il potenziale specifico dei media elettronici, in modo da dirigere l'attenzione al racconto di una storia eccezionale, che spezza la routine delle vite dei singoli e dei palinsesti televisivi, storia che diventa archetipo dell'attualità. Essi hanno un carattere di cerimonia, celebrano l'ordine e la condivisione di valori di una società intorno a figure eroiche, ricordando a quella società ciò che essa aspira ad essere piuttosto che ciò che realmente è. La televisione partecipa alla funzione cerimoniale e mette in esecuzione il significato dell'evento, non limitandosi a narrarlo ma realizzandolo effettivamente. Accettando di diffondere l'evento la tv accetta una missione apostolica e rende pubblica la propria condivisione ai valori e agli obiettivi delle istituzioni organizzatrici. Questi rituali moderni possiedono una coerenza narrativa simile alle opere di fiction, che ha poco a che fare con l'aspirazione all'obiettività del giornalista, trasformato da osservatore imparziale in figura sacerdotale, egli stesso partecipante alla cerimonia.

Non tutto funziona, comunque, nella spettacolarità della storia in diretta, nella pretesa obiettività di un occhio neutralmente testimone. Nell'immediatezza della diretta televisiva, si può perdere la distinzione giornalistica tra fatti e notizie, tra realtà e racconto. L'operazione "Restore Hope" in Somalia [27] (nel dicembre '92, causata anche dalle immagini televisive dei morti per fame) vede lo sbarco dei marines in assetto da guerra sulla spiaggia somala già occupata da cameraman e fotoreporter. La storia in diretta diventa allora l'autorappresentazione dei media, che filmano una storia che diventa spettacolo, evento costruito appositamente per i media, ottenendo un estraniante effetto di irrealtà. La rivoluzione romena del dicembre '89 trasmessa in diretta (persino le riunioni del Comitato Rivoluzionario), crea un vero e proprio deragliamento dell'informazione [28], durante il quale la notizia dei massacri compiuti dalla polizia di Ceausescu, certificata dall'autorità delle immagini via satellite, acriticamente amplificata dalla stampa, si rivelerà una clamorosa montatura. Un mese dopo i giornali smentiranno quanto scritto e le fosse comuni piene di morti ammazzati recanti segni di tortura, le decine dimigliaia di uccisi e feriti, si ridimensionano in scontri violenti tra manifestanti e polizia che causarono qualche decina di morti. Ma nella coscienza dell'opinione pubblica resta la smentita scritta in articoli di pagine interne, o la forza emotiva delle immagini in diretta dalla storia?

Negli anni '80 il confronto più diretto tra media e politica segna la volontà di ridurre l'informazione giornalistica a canale interno della comunicazione politica e, nel caso di guerra, di escluderla. La guerra delle Falklands-Malvine [29] (1982) è la prima guerra invisibile al tempo della civiltà televisiva dell'immagine. Sono accreditati a partire con la flotta soltanto 29 tra corrispondenti e tecnici (tutti britannici), che subiscono una doppia censura (gli articoli sono controllati prima

della trasmissione e, all'arrivo a Londra, dal Ministero della Difesa) e si trovano impossibilitati fisicamente a vedere il conflitto, situazione che causa dipendenza dai portavoce del governo, diventati l'unica fonte. Altrettanto invisibili sono l'attacco americano a Grenada (1983) e l'invasione di Panama (1989) [30], avvenuti in assenza di giornalisti e che non destano grande interesse nei media, proprio nel momento in cui hanno la massima pubblicità rispettivamente l'intifada palestinese e la rivoluzione romena.

Questo embargo dell'informazione è possibile anche per la nuova natura delle guerre, che sono limitate e dove la forza aerea è usata per interventi rapidi e di estrema precisione, resi possibili per la raccolta di informazioni dai centri di comando del nemico [31]. Già con la guerra delle Falklands-Malvine (1982) e poi con il raid sulla Libia (1986) assistiamo alla sperimentazione delle nuove tecnologie sviluppatesi nei decenni '70 - '80 (satelliti, raggi laser, fibre ottiche, optronica, informatica, telematica, avionica), sviluppo che dà vita a una nuova generazione di sistemi d'arma centrati non solo sulla potenza, ma sulla qualità (le smart weapons). Esempi sono i satelliti militari che riprendono immagini (durante la guerra del Golfo gli USA avranno 6 satelliti operanti sulla zona); gli aerei spia che possono volare senza pilota a bassissima quota; i clandestini (stealth), aerei invisibili con un'aerodinamica studiata per disperdere l'energia del radar; i sistemi capaci di elaborare autonomamente i dati immagazzinati o dotati di guida automatica (i missili a guida televisiva e a infrarossi che possono colpire obiettivi remoti).

Cap. IV - La guerra del Golfo

Il 2 agosto 1990 l'Irak invade il Kuwait. Due giorni prima il World Service della BBC aveva trasmesso l'intervento di Kelly, Sottosegretario agli Affari del Medio Oriente, alla competente Commissione del Congresso, in cui affermava, tra l'altro, la non esistenza di trattati di aiuto militare tra Stati Uniti e Kuwait; è probabile che Saddam Hussein vi avesse colto un segnale di non intervento americano nel caso di invasione del Kuwait, che era ipotizzabile per le prese di posizione del leader irakeno dopo la fine della guerra con l'Iran, a causa delle quali si era venuto a creare un clima di tensione politica nell'intera area del Golfo Persico. Di questa tensione si era cercata la soluzione con la diplomazia tradizionale, a cui si sovrapponevano messaggi, prese di posizioni, giudizi politici lanciati più o meno consapevolmente attraverso i media [32]. In febbraio la "Voice of America" nei programmi trasmessi in lingua araba aveva definito Saddam Hussein come uno dei tiranni peggiori al mondo (e per questo l'ambasciata americana si dovrà scusare, di fronte a un Saddam Hussein che continua a lamentarsi per la sua immagine negativa sulla stampa americana), mentre questi nello stesso mese aveva tenuto davanti al Consiglio di Cooperazione araba un duro discorso trasmesso dalla tv giordana, nel quale si era dimostrato preoccupato dell'eccessiva influenza degli Stati Uniti sulla regione del Golfo Persico, e in aprile, parlando agli ufficiali del suo esercito, aveva minacciato l'uso di armi chimiche contro un eventuale attacco di Israele. Questa minaccia, trasmessa alla radio, aveva destato preoccupazione in Kelly, ma l'Irak non ricevette moniti ufficiali, anche per la divisione dell'amministrazione Bush tra i favorevoli a sanzioni e quelli che non credevano alle

parole minacciose del leader irakeno, nel momento in cui l'attenzione diplomatica era tutta rivolta ai cambiamenti in atto in URSS.

La media diplomacy non finisce con l'invasione del Kuwait, e neanche successivamente con l'azione armata della coalizione di stati guidata dagli USA in nome dell'ONU. Dal 2 agosto assistiamo a un conflitto simbolico tra Bush e Saddam Hussein attraverso i canali della comunicazione di massa, in cui da parte di entrambi si alternano minacce e promesse, appelli rivolti all'estero in nome del diritto internazionale o dei comuni valori religiosi e culturali del mondo arabo (Saddam rende nota l'apparizione in un suo sogno di Maometto). La radio funziona anche come strumento di guerra psicologica, la "Voice of America" tenta di minare il morale dei soldati irakeni dando notizia di un avvelenamento dell'acqua dei pozzi del deserto.

Sul fronte interno, una volta cessati i dubbi sulla politica da adottare verso l'Irak, viene attuata una strategia di news management sui media americani (e di riflesso su quelli mondiali), prima per ottenere l'approvazione dell'ONU all'intervento armato, poi per il consenso interno alla guerra. L'amministrazione Bush diffonde il dato della presenza di 250.000 soldati irakeni e 1.500 carri armati in Kuwait (in settembre, ma i satelliti sovietici non li vedono), e i giornali ne parlano come un segno di una probabile invasione dell'Arabia da parte dell'esercito irakeno. La maggior parte delle notizie della stampa è ricavata da fonti ufficiali, secondo uno studio del 1991 [33] le citazioni del "New York Times" provengono per il 79% da fonti governative o da organizzazioni a esso affiliate, solamente per l'1% da esperti indipendenti. Il governo kuwaitiano in esilio si affida alla maggiore agenzia americana di pubbliche relazioni, la "Hill & Knowlton" [34], che organizza in varie sedi appelli di richiesta di aiuto da parte di uomini d'affari e studenti kuwaitiani, mentre studia il modo di influenzare l'opinione pubblica utilizzando tecniche di marketing commerciale. I suoi sondaggi indicano che la gente non conosce il Kuwait (e questo è un vantaggio per una manipolazione più libera) e, fino ad ottobre, un aumento del numero di chi crede che sia un errore un coinvolgimento militare americano. Per provare a volgere a suo favore la situazione la "Hill & Knowlton" organizza focus groups in cui studia la reazione personale ad immagini che raffigurano il Kuwait come una democrazia liberale, raffigurazione alla quale le persone coinvolte, però, non credono o comunque non sono interessate, mentre sono colpite dalle immagini che demonizzano Saddam Hussein e personalizzano il conflitto: il massimo effetto di mobilitazione viene ottenuto con l'accostamento di Saddam Hussein a Hitler [35], che si rivelerà una delle strategie vincenti per la mobilitazione dell'opinione pubblica contro l'Irak. Prova della malvagità irakena è la testimonianza portata da una ragazza quindicenne kuwaitiana a Washington davanti alla Commissione Difesa (dice che i soldati irakeni staccavano la corrente elettrica alle incubatrici degli ospedali, per fare morire i neonati kuwaitiani). Questa testimonianza si rivelerà un falso, la ragazza era in realtà la figlia dell'ambasciatore kuwaitiano all'ONU e aveva recitato un copione preparato dalla "Hill & Knowlton". Altro falso è il presunto video girato in bianco e nero e con riprese tremolanti da turisti tedeschi a Kuwait City proprio il giorno dell'invasione irakena.

Durante questa fase di preparazione del consenso alla guerra, era stato assunto come capo dell'ufficio di Washington della "Hill & Knowlton" Craig Fuller, consigliere politico di Bush (e capo del suo staff durante la Presidenza Reagan), che

in questa nuova veste continuerà a collaborare durante la guerra del Golfo con lo staff di Bush. Questo sforzo di influenzare l'opinione pubblica da parte del governo americano, una volta ottenuto il consenso interno alla guerra, si rivolgerà dopo l'inizio dell'azione armata (16 gennaio 1991) ad evitare la "sindrome Cronkite": se la guerra del Vietnam era stata persa per il mancato controllo dell'impatto politico dell'informazione che aveva ostacolato l'autonomia d'azione dei militari, la guerra del Golfo viene preparata dal news management governativo, che spiega perché la guerra è giusta e quali sono i suoi obiettivi [36]. In questo senso quella del Golfo è stata la prima guerra televisiva, perché ha sfruttato pienamente le possibilità del mezzo televisivo di essere sul campo, confezionare e vendere la guerra, a differenza del Vietnam, quando politici e militari non capirono come il nuovo media avrebbe potuto controllare il messaggio e distruggere un nemico appartenente al terzo mondo. (e perciò senza voce). Da allora la leadership politica sembra avere appreso la lezione, per cui non ci sarebbe stata mai più una guerra per la quale i soldati americani venissero biasimati, mai più una vittoria sul campo e una sconfitta in salotto (la tesi politica sottintesa è questa: le nostre truppe non hanno mai perso una battaglia, se non per colpa del Congresso e della televisione). Bush rende esplicite queste credenze, dichiarando di non volere combattere con una mano dietro alla schiena (riferendosi ai condizionamenti dell'informazione; ricorda la battuta di Rambo "ce la lasceranno vincere questa volta?") e di volere lasciare il Vietnam dietro le spalle (che fu la giustificazione di Coppola per il suo film "Apocalypse Now") [37]. La lezione del Vietnam viene quindi appresa per cancellare il ricordo fastidioso del Vietnam. L'atto finale della guerra del Golfo trasmesso dalla televisione è la calata dei soldati americani da un elicottero per riconquistare l'ambasciata di Kuwait City. Di fronte a questa scena spettacolare, nessuno pone la domanda dell'utilità dell'azione (visto che la capitale era già libera da due giorni) ed inevitabile è l'associazione con altre immagini, impresse nella memoria, di una guerra alla fine: quelle dell'umiliante fuga in elicottero del personale dell'ambasciata a Saigon. Scrive il 1 marzo il "Wall Street Journal", intitolando la prima pagina "La vittoria della guerra del Golfo esorcizza i demoni degli anni del Vietnam":

"la vittoria sta spazzando via la guerra del Vietnam dalla prima linea dell'inconscio americano. Per quasi venti anni gli americani [...] hanno tristemente meditato sulle lezioni contraddittorie e l'aria di disfattismo che aveva generato [...] molte di queste ragnatele sono state tolte [...] Siamo la nazione più potente del mondo, potrebbe essere l'inizio del secondo Secolo Americano" [38].

Per evitare le pericolose interferenze dei giornalisti e dell'opinione pubblica il comando militare si serve dei due strumenti tradizionalmente a sua disposizione: la censura e la produzione di un flusso alternativo di notizie.

Tutti i corrispondenti accreditati presso il JIB (Joint Information Bureau) a Dhahran, (in Arabia, la sede del comando delle forze alleate), sono obbligati a firmare un documento in cui si impegnano a rispettare determinate condizioni, pena il ritiro dell'accredito. È proibito loro di andare al fronte senza una scorta militare, di fotografare o filmare morti e feriti, di dare informazioni su armamenti, equipaggiamento, spostamenti e consistenza numerica delle unità alleate e sulla consistenza dell'armamento nemico, di descrivere nei particolari le operazioni militari, di fornire dati sulle perdite alleate, di nominare le basi di partenza delle missioni, di intervistare i militari senza il preventivo permesso ufficiale [39]. Questo controllo quasi totale della censura militare è amplificato dalla nuova

natura della guerra, che è una guerra aerea e perciò non permette l'osservazione diretta del giornalista [40]. Al fronte, poi, possono andare i soli 192 giornalisti selezionati (i "pool di combattimento", sempre tenendo conto delle restrizioni del JIB), tutti americani eccetto un paio di britannici (la motivazione era che solo una perfetta conoscenza della lingua usata dai militari poteva permettere una comunicazione rapida tra questi e i giornalisti, al fine di evitare i rischi che una guerra può sempre comportare).

La guerra del Golfo, ultimo atto di un conflitto tenuto su un piano simbolico, è così oscurata per le cronache dell'informazione vera e propria, ma non ne risulterà un'altra guerra invisibile, perché alla censura si riuscirà ad unire un'apparente ricchezza informativa, ottenuta dal news management militare grazie a quella "manipolazione tramite l'inondazione" [41] già incontrata trattando della Presidenza Reagan. Il comando militare delle forze multinazionali tiene briefings quotidiani in cui si forniscono dati, numeri, analisi delle azioni del giorno (difficilmente smentibili dal corrispondente a Dhahran) e soprattutto le immagini della guerra aerea, computerizzate o riprese da cineoperatori militari, e quelle degli aviatori in partenza o di ritorno dalla missione. Le reti televisive vi aggiungono di solito le foto dei propri corrispondenti, carte geografiche, immagini di repertorio di armamenti (spesso fornite dalle industrie produttrici), e su queste immagini possono montare la musica ritenuta adatta ("L'Eroica" di Beethoven per il telegiornale della rete italiana RAI 1 il giorno dell'annuncio del cessate-il-fuoco), o fare intervenire l'esperto per un commento. Nei primi giorni di diretta del conflitto, le notizie fresche trasmesse in tutto il mondo immergono nello scenario di guerra lo spettatore, che ora può seguire la traiettoria del missile lanciato fino al momento dell'impatto. L'esibizione mediatica delle bombe intelligenti fa sì che queste siano allo stesso tempo immagine, guerra, notizia, spettacolo e pubblicità per il Pentagono; esse fanno passare il messaggio del trionfo della nuova tecnologia delle smart weapons, il mito della guerra asettica e professionalizzata, nell'assenza di immagini cruente e di vittime visibili. Cumings usa per ciò il termine ironico "Pentavision". I militari attuano anche opere di disinformazione per motivi di sicurezza militare (es. lanciando la notizia di sbarchi di marines, in realtà non avvenuti) e riescono ad escludere i media nella delicata fase finale: l'offensiva terrestre, di cui i network televisivi americani trasmettono aggiornamenti, per dire che stava andando tutto bene, nelle brevi interruzioni della cronaca dei play-off del torneo di basket dei college, che otteneva come previsto l'interesse del pubblico; abbiamo soltanto le immagini, conclusa l'offensiva, dei soldati irakeni che si arrendono a mani alzate e l'unica testimonianza scritta e diretta di quel giorno rimane la corrispondenza di un inviato di un giornale di provincia (il "Providence Journal"), che, a bordo di una portaerei, si accorge che stava assistendo a un bombardamento frenetico, massiccio e ascoltando i piloti ricava l'idea di una carneficina dei soldati irakeni in fuga. Il suo reportage, però, non trova riscontro nel tono trionfalistico e patriottico della maggior parte dei restanti organi di informazione.

Si può quindi dire che i vertici militari attuino quel controllo sull'informazione, fallito in Vietnam, già sperimentato con i conflitti di Grenada e di Panama, ma, per la diversità della guerra del Golfo (sia per la sua durata che per le forze impiegate contro un nemico più forte rispetto ai due precedenti), debbano raffinare i metodi di news management, cercando di ottenere il risultato di portare la rappresentazione televisiva da cronaca giornalistica a celebrazione di un media event [42], a cui la

guerra del Golfo poteva prestarsi per alcune sue caratteristiche [43]. A causa dell'ultimatum dell'ONU al 15 gennaio '91, l'attacco è previsto dopo quella data e ciò consente l'organizzazione dei media che possono alimentare l'attesa del pubblico per la guerra, ad esempio con le interviste ai soldati impazienti di dare una lezione a Saddam. La guerra viene presentata come la contesa tra due uomini (l'eroe Bush e l'antagonista Saddam Hussein), secondo un canovaccio narrativo costruito attorno a personaggi (si pensi alla notorietà del generale Schwarzkopf) e oggetti simbolici, che ricorda per analogia il racconto della crisi degli ostaggi in Iran (1979-80) [44]. La comunicazione dal vivo della battaglia aerea unifica spettatori televisivi e testimoni reali, autorità politiche e gente comune, in un unico abbraccio intensamente emotivo che rinsalda l'unità della società. Ma l'impossibilità di vedere la guerra (aerea e campale) impedisce l'informazione vera e propria: se non è una guerra invisibile, è allora una guerra immaginaria.

Di fronte a ciò, Cumings si chiede provocatoriamente se il Golfo sia stata una guerra o lo spettacolo di maggior successo della stagione televisiva [45]. Ma non tutto va nella direzione voluta dal news management militare e governativo. È vero che la guerra aerea non permette la presenza del cronista, ma questi, se non può situarsi dove si spara, può sempre farlo dove ricadono i colpi. È il caso della CNN, che dà vita a un nuovo modello di giornalismo sovranazionale [46]: non era mai successo prima che un corrispondente fosse rimasto per tutta la durata della guerra a mandare i suoi reportage dalla capitale del nemico. Così come era la prima volta che un giornalista assisteva in prima linea allo scoppio di una guerra: il 16 gennaio '91 lo spettatore ha appreso in diretta dalla televisione che la guerra era iniziata (mezz'ora prima dell'annuncio ufficiale della Casa Bianca) e che esisteva la CNN. Nonostante i primi bombardamenti abbiano distrutto i centri di comunicazione irakena (stazioni radiotelevisive, radiofoniche, ponti radio adibiti alla telefonia), decapitando così il "sistema nervoso centrale" del nemico, la CNN continua a trasmettere in diretta grazie a un'innovativa antenna portatile per la comunicazione via satellite (il TCS-Lite, dotato di una lunga autonomia di trasmissione), diventando allo stesso tempo agenzia (di immagini) e testata giornalistica. Questo fatto nuovo evidenzia il protagonismo del giornalista e del sistema dell'informazione: adesso sono le notizie che fanno notizia, la presenza di un corrispondente in campo avversario attiva un metadiscorso, aprendo problematiche sul rapporto tra televisione e guerra, e su quello tra la CNN, network americano, e l'Irak, il paese nemico dell'America. Inoltre, essendo un possibile bersaglio del fuoco amico, interpreta il ruolo dei civili irakeni, i grandi assenti della messa in scena.

Si possono seguire i bombardamenti dall'albergo di Baghdad dove sono alloggiati i giornalisti, che, con l'inizio del bombardamento, piazzano i loro microfoni fuori dalla finestra, ottenendo uno strano connubio di immagini fisse e audio cinetico: il cielo di Baghdad striato dalle scie luminose delle bombe e dell'artiglieria antiaerea e marchiato dal logo CNN e dalla scritta "live"; il rumore dei missili e delle sirene, il tonfo delle bombe e la radiocronaca dei corrispondenti. Una visione mai vista prima, affascinante, che acceca lo spettatore abbagliato da segnali che riempiono i sensi ma che non forniscono informazione.

L'Irak caccia intanto tutti i giornalisti eccetto Arnett della CNN, già corrispondente in Vietnam. La troupe CNN farà le sue riprese sempre accompagnata da un ufficiale irakeno addetto alla censura, cosa che del resto viene

dichiarata subito e messa in evidenza dalla scritta “cleared by”. Arnett intervista Saddam Hussein, dando notizia della distruzione di una fabbrica irakena di latte in polvere per bambini, che viene smentita negli Stati Uniti, dove Arnett viene accusato di legami con lo spionaggio internazionale e di essersi accordato economicamente con il governo irakeno per poter restare; il senatore Simpson, amico di Bush, lo attacca definendolo collaborazionista e portavoce di Saddam Hussein, dicendo anche che è un comunista e che il fratello della moglie vietnamita era stato un Vietcong [47]. Ma il “Washington Post” e poi altri giornali confermano che si trattava di una fabbrica di latte (secondo la testimonianza di due tecnici che avevano visitato lo stabilimento).

Pur non potendo parlare di libera informazione, per la presenza della censura irakena, quella della CNN è l'unica voce che può opporsi con autorevolezza al news management del governo americano. Alla CNN si vedono le uniche immagini di distruzione e morte dell'intera guerra, quelle del bombardamento del bunker di Al Hamariah che causò la morte di circa 300 civili. Saddam Hussein, che all'inizio minimizza i bombardamenti per mostrarsi invincibile e invulnerabile, capisce che con l'esibizione delle vittime civili poteva mostrare la brutalità dell'avversario, cercando così di fare crescere la rabbia del mondo arabo e di turbare le coscienze dei cittadini occidentali.

Con questo non si vuole dire che la CNN ha una posizione antigovernativa o addirittura antiamericana, ma soltanto che riesce a difendere un minimo di indipendenza dal Pentagono grazie al proprio successo come canale di sole news reso possibile dalla sua presenza in Irak, successo di immagine, credibilità ed anche economico: la CNN diventa la finestra aperta sul mondo e durante il conflitto uno spazio pubblicitario raggiunge il costo di 20.000 dollari al minuto (prima erano 3.500) [48]. Per gli altri principali network (ABC, CBS, NBC), invece, la guerra del Golfo porta ad enormi spese e a mancati introiti pubblicitari (si calcola che abbiano perso per questo 40-50 miliardi di dollari nella sola prima settimana) [49], sia per gli spazi pubblicitari cancellati per fare posto a programmi informativi, sia per la riduzione di investimenti pubblicitari (es. McDonald's e Procter&Gamble) a causa dell'atmosfera bellica giudicata non consona ai messaggi pubblicitari. Per fare fronte a ciò la CBS ha offerto a propri clienti brani di programmi “che erano stati prodotti appositamente con immagini o messaggi positivi sulla guerra, come immagini patriottiche dal fronte interno” [50], rassicurando che i loro annunci pubblicitari non sarebbero stati trasmessi dopo immagini di realismo troppo crudo e sconveniente: si fa confusa la distinzione tra programmazione, patriottismo e commercio ancor più quando la televisione si associa allo sciovinismo e negli annunci pubblicitari proliferano i temi bellici.

Nella guerra del Golfo non è mai venuto a mancare il consenso dell'opinione pubblica alla guerra in generale, guerra che è stata vista come un atto necessario per l'aggressione al Kuwait del tiranno Saddam Hussein. I servizi della CNN sotto controllo della censura irakena non potevano certo rovesciare questa situazione (anche per un evidente incapacità del leader irakeno, che si fa riprendere, a dimostrazione della sua bontà, mentre accarezza bambini tenuti in ostaggio dall'espressione terrorizzata; oppure gli appelli alla pace dei prigionieri di guerra che mostravano chiari segni di percosse); certo, l'operazione chirurgica si rivela una tradizionale operazione di bombardamento [51], ma errori tecnici e dannicollaterali non intaccano la credenza nella giusta causa di questa guerra e la gioia per la

vittoria finale [52]. I servizi della CNN “cleared by”, piuttosto, pongono l’interrogativo, finito il conflitto, se non fossero “cleared by” anche le immagini mostrate con l’avvallo del Pentagono. Strana impressione aveva destato un servizio giornalistico della CNN ad Israele, in cui sia gli intervistati che gli intervistatori indossavano maschere antigas, a testimonianza del terrore della popolazione lì residente per un attacco chimico dell’Irak, mentre sullo sfondo si intravede una persona senza nessuna protezione, smentita vivente dietro le quinte del racconto sul palcoscenico. E una delle immagini simbolo della guerra, quella del cormorano che agonizza nel petrolio a causa dell’incendio dei pozzi kuwaitiani, che aveva canalizzato una commozione latente del pubblico il quale non aveva morti in televisione da piangere, è oggetto dopo la guerra di forti perplessità (com’era stato possibile filmare, se quello era territorio in mano agli irakeni? Ornitologi interpellati, poi, dicono che quell’uccello non dimorerebbe nella regione in quel periodo dell’anno) [53].

Si crea così una consapevolezza da parte dell’opinione pubblica dei limiti dell’informazione giornalistica, dopo una guerra che ha visto aumentare la forbice tra le possibilità tecniche di comunicazione e la volontà politica di informare, che ha sancito la vittoria dell’importanza della velocità della comunicazione sulla qualità dell’informazione. Consapevoli del rischio di perdita di credibilità, nel maggio 1991 quindici agenzie di stampa inviano una petizione al Dipartimento della Difesa statunitense lamentandosi per il controllo praticamente totale del Pentagono sulla stampa americana, quando quattro mesi prima era stata ignorata dai mass media la causa legale di alcune riviste indipendenti (tra cui “The Nation”, “Village Voice”, “Mother Jones”; l’unica rivista a grande tiratura a partecipare fu “Harper’s”) che accusavano il Pentagono di incostituzionalità per averle escluse dal Golfo [54].

Difficile stabilire fino a che punto si sia spinta questa autoconsapevolezza del sistema dell’informazione e quali mutamenti possa provocare nel rapporto tra esso e il sistema politico, se una maggiore libertà o legame. Di sicuro si fanno sempre più intrecciate in guerra le tecnologie della comunicazione e quelle della distruzione. Un episodio emblematico della guerra del Kosovo è stato il bombardamento della NATO sulla sede della televisione serba, che ha provocato la morte di civili, dipendenti dell’emittente, a cui è seguito uno scambio di accuse tra il governo serbo, che ha denunciato il bombardamento su un obiettivo civile, e il comando NATO, che ha sostenuto la tesi che la televisione è da considerarsi un’arma bellica e quindi un obiettivo militare. Da quello che è emerso da questa tesina, possiamo notare come la distruzione del sistema di comunicazioni, oltre allo scopo militare di impedire un coordinamento delle forze armate del nemico, ottiene anche l’obiettivo di spegnere una fonte per l’informazione globale.

Conclusioni

È stata condotta l’analisi delle “prime due guerre televisive”. Prima guerra televisiva è infatti il Vietnam, in cui per la prima volta l’informazione televisiva è stata la fonte principale di notizie per la maggior parte dei cittadini, e prima guerra televisiva è il Golfo, in cui per la prima volta la guerra da evento giornalistico è stata trasformata in evento mediatico, per la capacità della televisione, che ora

può trasmettere la guerra in diretta, di dare forma televisiva al racconto della guerra, anche in assenza di notizia e di mediazione giornalistica.

In queste due guerre i giornalisti si sono trovati in condizioni molto diverse (libertà di movimento e autonomia dai militari in Vietnam, assoluta dipendenza dalle fonti ufficiali nel Golfo) e diversa è risultata la percezione dell'opinione pubblica di quello che stava accadendo (una guerra sbagliata il Vietnam, una vittoria rapida il Golfo). Sarebbe facile dedurre un rapporto diretto tra la libertà del giornalista e la consapevolezza critica dell'opinione pubblica, il che evidentemente non è del tutto errato, ma non ci si deve fermare a questa semplificazione, essendo in gioco almeno anche altri due fattori molto importanti: il rapporto tra sistema dell'informazione e istituzioni politiche e la modalità narrativa propria della televisione.

In Vietnam, pur in assenza di censura, i mass media sono naturalmente restii alla cronaca della violenza, della morte (che compare raramente fino al 1968) e appoggiano la politica del proprio governo, di cui condividono ideologia, valori e cultura. Dalla I guerra mondiale è chiaro che la guerra non riguarda solo i generali e i soldati che la fanno, ma mobilita l'intera nazione, compresi i giornalisti, che solo quando una parte consistente della società e dell'establishment dubita della giusta causa della guerra possono esercitare una funzione critica. Nel Golfo, pur in presenza di censura e di un efficace news management governativo, si è visto un esempio di giornalismo sovranazionale risultato vincente: il successo economico, di immagine e di credibilità della CNN, che trasmette dal territorio nemico. In ogni caso si può dire che il giornalismo è legato sia alla società politica che al mercato. Politici e militari tendono al controllo sulle tecnologie della comunicazione e sul sistema dell'informazione, che dipende da loro in quanto fonti ufficiali e non ha interesse ad esercitare una funzione critica di queste istituzioni; ma è anche vero il fatto che la notizia è una merce con un valore in sé, per cui diventa importante l'aspettativa del pubblico (anche se spesso le aspettative del pubblico sono create dai mass media, che di solito riprendono le tematiche lanciate dalle fonti ufficiali, a loro volta influenzate dall'opinione pubblica. È il corto circuito tra domanda del pubblico, offerta dell'informazione e influenza-influenzabilità del sistema politico). L'informazione di massa è l'unica mediazione sociale, in una società dove l'individuo è sempre più isolato e in una condizione di estraneità reciproca; le notizie soddisfano la domanda melodrammatica di emozioni forti, pericolo, tragedia, dando la possibilità del formarsi di un'identità sociale (conoscenze, valori comuni) nel luogo comune del notiziario televisivo nazionale.

In entrambe le guerre, poi, il mezzo televisivo [55] ha imposto la propria modalità narrativa ed estetica, costruendo una cronaca teatralizzata, che presenta personaggi, contrapposizioni tra l'eroe e il nemico, eventi straordinari piuttosto che le tendenze di fondo derivanti dal contesto storico e politico. Di fronte a questa semplificazione e all'affascinante flusso sincronico delle immagini e dei suoni (flusso omogeneo e contraddittorio allo stesso tempo, contenente un discorso costruito da messaggi appartenenti al giornalismo, alla pubblicità e all'intrattenimento) lo spettatore ha l'impressione di un accesso immediato alla realtà, e alla verità; Baudrillard parla della televisione come produzione di una realtà più reale del reale, come simulacro (cioè una copia per la quale non è mai esistito l'originale). Anche priva della possibilità di avere notizie, a causa della censura (o dell'autocensura) che rende invisibile la guerra, la televisione stimola la

produzione di eventi per il proprio funzionamento, e in assenza di informazione produce lo spettacolo della guerra, l'evento mediatico in cui l'unico messaggio è il medium stesso, l'avvenimento è la presenza stessa della televisione. L'informazione televisiva, allora, mediazione tra gli individui per la costruzione di un'identità sociale, realtà immediata e anonima, priva della mediazione personale del giornalista, diventa mediazione immediata del mondo.

Bibliografia

Cumings, B., *Guerra e televisione*, Bologna, 1993, ed. originale *War and Television*, London - New York, 1992

Dayan, D. e Katz, E., *Le grandi cerimonie dei media. La Storia in diretta*, Bologna, 1993, ed. originale *Media Events, the live broadcasting of history*, Cambridge (USA), 1992

Di Giuseppe, G., *CNN. L'informazione planetaria*, Manduria, 1992

Fracassi, C., *Sotto la notizia niente. Saggio sull'informazione planetaria*, Roma, 1994

Fracassi, C., *Le notizie hanno le gambe corte*, Milano, 1996

Knightley, P., *Il dio della guerra. Dalla Crimea al Vietnam: verità, retorica e bugia nelle corrispondenze di guerra*, Milano, 1978, ed. originale *The first casualty*, 1975

Mattelart, A., *La comunicazione mondo*, Milano, 1997, ed. originale *La communication - monde. Histoire des idées e des strategies*, Paris, 1991

Ortoleva, P. e Ottaviano, C. (a cura di), *Guerra e mass media. Strumenti e modi della comunicazione in contesto bellico*, Napoli, 1994

Savarese, R., *Guerre intelligenti. Stampa, radio, tv, informatica: la comunicazione politica dalla Crimea al Golfo Persico*, Milano, 1992

Schudson, M., *La scoperta della notizia. Storia sociale della stampa americana*, Napoli, 1987, ed. originale *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*, New York, 1978

Saggi

Manheim, J.B., "Going Less Public. Managing Images to Influence U.S. Foreign Policy", in Iyengar, S. and Reeves, R. (ed.), *Do the Media govern*, London - Thousand Oaks - New Delhi, 1997

Note

[1] Cit. in Knightley, P., *Il dio della guerra*, Milano, 1978, p. 343 (ed. originale *The first casualty*, 1975)

[2] Sulla I guerra mondiale: i saggi di Gibelli, A. e di Ortoleva, P., in Ortoleva, P. e Ottaviano, C. (a cura di), *Guerra e mass media*, Napoli, 1994. Sull'informazione giornalistica nella I guerra mondiale: Knightley, *op. cit.*, p. 85 e seg.

[3] Sull'informazione nella II guerra mondiale: Knightley, *op. cit.*, p. 237 e seg. Sulla radio: Savarese, R., *Guerreintelligenti*, Milano, 1992, p. 103-113; Mattelart, A., *La comunicazione mondo*, Milano, 1997, p.125 (ed. originale *La communication - monde*, Paris, 1991)

[4] Su questo periodo: sul giornalismo americano: Schudson, M., *La scoperta della notizia*, Napoli, 1987, p. 20-22 e p.155-167 (ed. originale *Discovering the News*, New York, 1978); sul nucleare: Savarese, *op. cit.*, p. 39-57; sullo stato di sicurezza nazionale: Mattelart, *op. cit.*, p.131-138

[5] Cit. in Savarese, *op. cit.*, p. 56

[6] Knightley, *op. cit.*, p. 366 e seg.; Cumings, B., *Guerra e televisione*, Bologna, 1993, p.205 e seg. (ed. originale *War and Television*, London - New York, 1992)

[7] Cit. in Mattelart, *op. cit.*, p.113

[8] Su Kennedy e il news management: Savarese, *op. cit.*, p. 11-15

[9] Knightley, *op. cit.*, p. 442-448

[10] Per l'informazione fino al '68 e la televisione: Savarese, *op. cit.*, p. 115-123; Cumings, *op. cit.*, p. 115-121)

[11] Cit. in Cumings, *op. cit.*, p. 120

[12] Cit. in Cumings, *op. cit.*, p. 44

[13] Per la svolta del '68, i cambiamenti dell'informazione e i dibattiti sul ruolo della televisione: Savarese, *op. cit.*, p. 118-127; Cumings, *op. cit.*, p. 116-123; Knightley, *op. cit.*, p. 415-465; Schudson, *op. cit.*, p. 20-22

[14] Cit. in Savarese, *op. cit.*, p. 125

[15] Knightley, *op. cit.*, p.422-434

[16] Fracassi, C., *Sotto la notizia niente*, Roma, 1994, p. 106-113; Mattelart, *op. cit.*, p. 172-176

[17] Savarese, *op. cit.*, p. 46

[18] Mattelart, *op. cit.*, p. 266-267

[19] Di Giuseppe, G., *CNN. L'informazione planetaria*, Manduria, 1992, p. 39-53

[20] Sulla telediplomazia: *Ibidem*, p. 78-80

[21] Interrogativo posto nella Prefazione di Gamaleri a Di Giuseppe, *op. cit*

[22] Fracassi, *op. cit*, p. 210-214

[23] *Ibidem*, p. 49-52

[24] Savarese, *op. cit*, p. 59-62 e p. 144-148

[25] Di Giuseppe, *op. cit*, p. 39-40

[26] Dayan, D. e Katz, E., *Le grandi cerimonie dei media. La storia in diretta*, Bologna, 1993 (ed. originale *Media Events, the live broadcasting of history*, Cambridge - USA, 1992). Esempi di media events citati nel libro sono le Olimpiadi, il viaggio del papa Giovanni Paolo II in Polonia, i funerali di Kennedy, le nozze del principe d'Inghilterra.

[27] Fracassi, *op. cit*, p. 189

[28] *Ibidem*, p. 10-21

[29] Savarese, *op. cit*, p.129-131; Fracassi, *op. cit*, p. 116-121

[30] Savarese, *op. cit*, p.152

[31] *Ibidem*, p. 51-70

[32] Per l'utilizzo dei media come canale diplomatico tra USA e Irak: *Ibidem*, p. 72-82

[33] Cit. in Savarese, *op. cit.*, 75-76

[34]Manheim, J.B., *Going Less Public. Managing Images to Influence U.S. Foreign Policy*, in Iyengar, S. and Reeves R. (ed.), *Do the Media govern?*, London - Thousand Oaks - New Delhi, 1997; Fracassi, *op. cit*, p.75-82

[35] Questo paragone rimane una costante nel corso della guerra del Golfo e verrà utilizzato anche per l'intervento NATO in Kosovo in riferimento al il Presidente serbo (che a sua volta ricambia il favore con Clinton). Dopo il Golfo anche la guerra tra gli Stati della ex Jugoslavia vede impegnate le agenzie americane di pubbliche relazioni. Il direttore della "Reder Finn Global Public Affairs" si sarebbe vantato con un giornalista francese del suo lavoro per i governi croato e bosniaco, in particolare per avere convinto le organizzazioni ebraiche a schierarsi a fianco dei bosniaci, dopo una campagna di manipolazione dell'opinione pubblica portata ad identificare la parola "serbi" con la parola "nazisti", termine che forse ha ormai a che fare più con gli immancabili cattivi dei film western che

con analisi comparative storico-politiche. (Per il caso jugoslavo: Fracassi, *op. cit.*, 146-163)

[36] Cumings, *op. cit.*, p. 3-25; Di Giuseppe, *op. cit.*, p. 83-85; Fracassi, *op. cit.*, p. 107-108

[37] Cit. in Cumings, *op. cit.*, p. 141

[38] Cit. in Cumings, *op. cit.*, p. 165

[39] Fracassi, *op. cit.*, p. 138; Di Giuseppe, *op. cit.*, p. 72

[40] Savarese, *op. cit.*, p. 210

[41] Sul news management durante la guerra del Golfo: Cumings, *op. cit.*, p. 163-179; Di Giuseppe, *op. cit.*, p. 72-77; Savarese, *op. cit.*, p. 160-171 (in particolare sulle immagini televisive); Fracassi, *op. cit.*, p. 23-27 (sulla ritirata irakena); Mattelart, *op. cit.*, p. 185-188 (sul significato delle bombe intelligenti)

[42] Sempre nel senso della ricerca di Dayan e Katz, precedentemente già analizzata a proposito dei vertici Reagan - Gorbacev

[43] Savarese, *op. cit.*, p. 158-172

[44] Anche in quel caso: l'avvio è dato da un atto di offesa, presentato come la causa scatenante del conflitto; il fanatico Khomeini è una minaccia per il controllo statunitense sul Golfo Persico e sul suo petrolio. (Cumings, *op. cit.*, p. 166)

[45] Cumings, *op. cit.*, p. 141

[46] Sulla CNN nel Golfo: Di Giuseppe, *op. cit.*, p. 59-82; Savarese, *op. cit.*, p. 160-168 e p. 210-212

[47] Cosa non vera: Cumings, *op. cit.*, p. 151

[48] Di Giuseppe, *op. cit.*, p. 27

[49] *Ibidem*, p. 86

[50] Cit. in Cumings, *op. cit.*, p. 156

[51] Del totale delle bombe sganciate, pari a 88.500 tonnellate di esplosivo, solo il 7% era una smart weapon e il 70% ha sbagliato bersaglio. (Fracassi, *op. cit.*, 140-141; Savarese, *op. cit.*, p. 79)

[52] Ricordiamo che in Vietnam i dubbi erano sorti per i morti americani, non tanto per le vittime Vietcong.

[53] Su maschere antigas e cormorano: Fracassi, *op. cit.*, p.127 e p. 141

[54] Cumings, *op. cit.*, p. 157-158. Anche: Savarese, *op. cit.*, p. 210-212

[55] Per le considerazioni generali sull'informazione televisiva della guerra:
Cumings, *op. cit.*, p. 29-50; Savarese, *op. cit.*, capitolo introduttivo e p. 154-155