

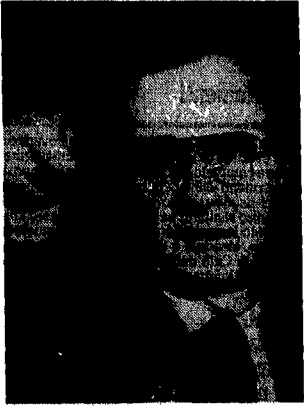
Le presidenziali americane

Da domani 45mila delegati da tutti gli Stati eleggeranno il loro rappresentante: la nomina di Bush è scontata
«Ci divertiremo di più noi che i democratici ad Atlanta»
Ma qualcuno paragona la città a una caricatura del reaganismo

Convention repubblicana al via

La accoglie una New Orleans calda e decadente

George Bush, attuale vicepresidente americano e candidato repubblicano alle prossime elezioni presidenziali



Decaduta, ma affascinante, in crisi, ma eccentrica, depresso ma buongustata, New Orleans accoglie oggi i 45mila venuti per la convention repubblicana. Molti delegati sembrano contenti: qui, dicono, si divertiranno più dei democratici dell'ultra moderna e affarista Atlanta. Ma c'è già chi dice che New Orleans, col suo fascino cinematografico, sembra una caricatura del reaganismo.

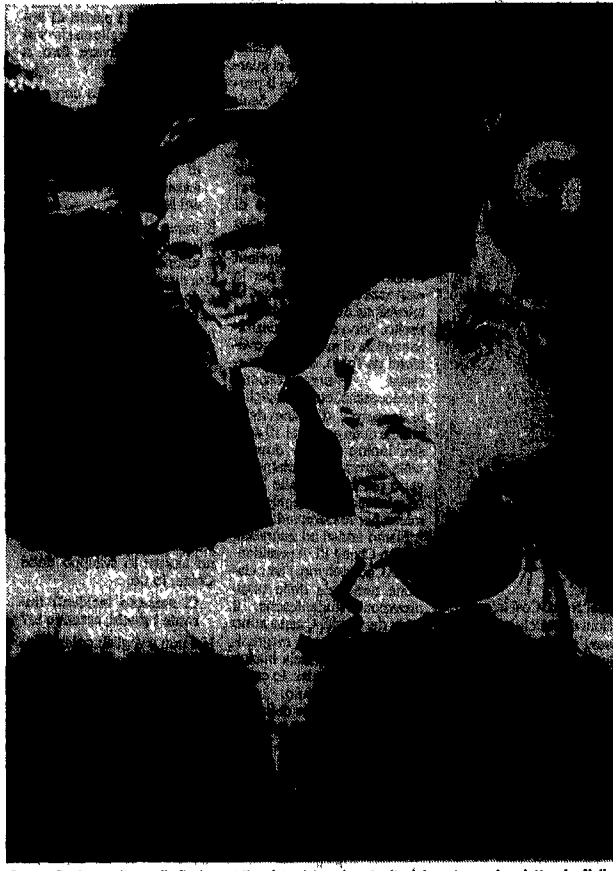
MARIA LAURA RODOTÀ

NEW ORLEANS. La Bella del Delta, questa volta, l'ha spuntata. Sarà lei, da oggi fino a venerdì prossimo, a recitare da protagonista nel megaspettacolo (successo non enorme, ma recensioni assicurate) delle elezioni presidenziali 1988. Due anni fa, un gruppo di cittadini intraprendenti aveva convinto il comitato organizzatore repubblicano a furla di pranzi in grandi ristoranti, di baguettes di pane francese recapitato nelle camere d'albergo, e omaggi alle gentili signori. Come risultato, questa Convention che nominerà il candidato già ovvio, il vicepresidente George Bush, si tiene qui a New Orleans, inizio ufficiale domani sera.

L'invitato d'onore, stasera, sarà Ellie Mae, età 3 anni e peso 600 chili, ospite dello zoo cittadino. L'idea di invitare un elefante, simbolo del partito repubblicano, alla festa di benvenuto per i delegati alla Convention, dimostra quanto, se si tratta di organizzare un party, gli abitanti di New Orleans preferiscano fare le cose in grande. «Vi faremo vedere di cosa siamo capaci», hanno annunciato ieri, a un piccolo ricevimento per 7mila giornalisti. Orchestra, jazz band, alberghi e ristoranti sono mobilitati. I grandi chef lavorano a ritmo serrato. Scopo dichiarato: tirare su il morale della Convention, e far divertire i repubblicani molto di più di quanto sia successo con i democratici ad Atlanta, città affarista e poco festaiola.

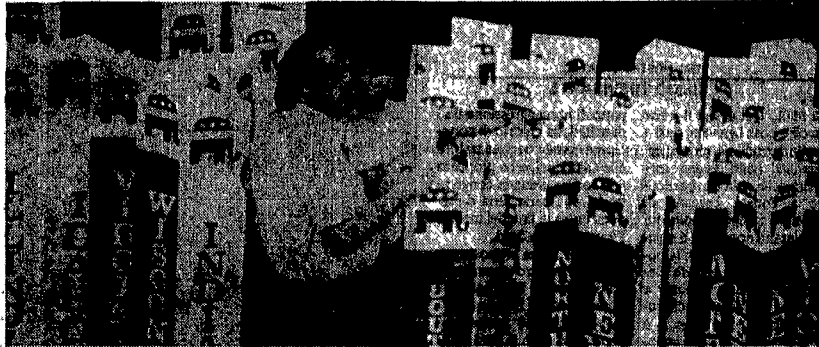
Quarantacinquemila delegati, giornalisti e ospiti vari si ritroveranno nel Superdome, il celebrato palasport su cui i locali contano per dare della città un'immagine più contemporanea e dinamica. Non basteranno record di presenza, però: il Rolling Stone aveva attirato 87mila persone, Giovanni Paolo II in questa regione colonizzata dai francesi cattolici, 88mila, massimo assolluto.

Ma ci vorrebbe ben altro che il Superdome per cambiare l'idea stereotipata che gli americani (e non solo loro)



George Bush, con la moglie Barbara, attorniato dai suoi sostenitori durante un giro elettorale. Nella foto a destra, ultimi preparativi a New Orleans alla vigilia della Convention repubblicana

La crisi, poi, ha riportato la città e i suoi 550mila abitanti (quasi due terzi neri) al punto di prima. Anche se c'è chi dice che, a loro, non importa. «A New Orleans», si legge in un romanzo del più apprezzato scrittore della Louisiana, Walker Percy, «la gente è felice quando va ai funerali, si prende cura dei morti, o si maschera per il martedì grasso, e nessuno la riconosce». Si tratta, in effetti, di immagini classiche. I funerali con l'orchestra jazz, festa tradizionale del Mardi Gras, visiti tante volte al cinema, fanno subito pensare sempre e solo a New Orleans. Come anche i tempi



Amici e avversari sono d'accordo

«E' il candidato più antipatico»

Gary Trudeau, il disegnatore delle strisce di Doo-nesbury, il Bobo americano, lo ritrae trasparente, disegnando solo il fumetto. Nell'ultimo numero del «Village Voice», il telespettatore in pantofole, annoiato dalla campagna presidenziale, sbotta che comunque tra un noioso e una macchietta è meglio il noioso, cioè Dukakis. George Bush è forse il candidato più «antipatico» delle presidenziali.

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE
SIGMUND GINZBERG

NEW YORK. «Perdrebbe anche se corresse per la presidenza senza avversari», ha detto di lui il suo compagno di partito Henry Kissinger: «George Bush perderà perché non si può battere qualcuno col nulla», dice caustico Paul Wyrich, uno dei guru della destra conservatrice. Lo chiamano Wimp (guatato, perdente), Wasp (amidoletto), Weenie (uomo da poco, antipatico). Gli si è appiccicata irrimediabilmente la battuta che alle donne non piace perché «gli ricorda il primo marito». Il «Washington Post» illustra l'analisi della differenza tra sorrisi veri e sorrisi falsi, con cui si celano le emozioni. La «Washington Post» è stata fatta dal psicologo Paul Ekman nel libro sulle bugie, con due maschere di Bush.

Non sappiamo se se lo meriti, ma George Bush è forse il candidato più «antipatico» della storia delle presidenziali americane a memoria di cronista. Una équipe di psicologi e politologi di Dartmouth, che ha trascorso gli ultimi sei anni a perfezionare un modello per

scarpe strette. Il massimo esperto di «micro-espressioni facciali», lo psicologo Paul Ekman, definisce questo particolare tipo di sorriso come «sorriso da paura», che distingue dal sorriso vero. Entrambi sarebbero sorrisi spontanei e pressoché impossibili da controllare «coscientemente». Il sorriso «stucoso» viene causato dai muscoli degli zigomi e tira i lati della bocca in alto verso le guance, gonfiando leggermente la pelle sotto gli occhi. Il «sorriso di paura» viene invece causato dal «smacco» che spalanca gli angoli della bocca verso le orecchie. Entrambi sono «sorrisi» naturali, differenziati dal «falso sorriso» dei presentatori televisivi e dei comessi viaggiatori, che tutti, Bush compreso, usano di tanto in tanto, e che invece è caratterizzato dall'inerzia dei muscoli sotto gli occhi. Ma tra i due passa lo spartiacque tra simpatia e antipatia.

Un altro elemento che condanna Bush all'antipatia pare sia la voce. Reagan, ad esempio, ha una voce molto calda, leggermente roca ma rassicurante. Anche Dukakis quanto a voce non è niente male, mentre per quanto gli «si suppone come qualità oratoria». La voce di Bush invece è considerata la meno attraente nel panorama politico americano dopo quella di George McGovern. È troppo querula e nasale per l'orecchio di un pubblico come quello americano abituato sin nella culla a quella mellifluisa e avvolgente della pubblicità televisiva.

Anche il portamento lascia a desiderare. Nella classificazione del corpo Bush viene considerato un «otomorf»: alto, sottile, ossuto. Il pubblico americano pare tenda ad associare questo tipo a persone distaccate, tese, ansiose, retenti, pieni di sé, pedanti, meticolosi, rissuati, timidi, fredde e sospettose. E Bush contribuisce a rafforzare questa espressione con una propensione alla rigidità delle spalle e del torso. «È come se fosse prigioniero del suo corpo», dicono gli esperti. Né la cosa va meglio quando si parla di «gesti». Reagan, come si sa all'esame dei gesti, è un momento distacca troppo le mani dal corpo. È questo, nella casistica di Ekman, da ritenersi «sintomo di una mancanza di entusiasmo emotivo in quanto viene detto». Un «aggettivo di questo tipo può essere «distaccato, annoiato, disinteressato o profondamente irritato». È tipico di chi finge sentimenti di partecipazione e di entusiasmo essere tradito dal fatto di non riuscire ad accompagnare l'espressione verbale di questi sentimenti da gesti illustratori». A peggiorare ancora di più la situazione viene il fatto che spesso Bush abbassa la testa quando si trova di fronte ai microfoni. Che, se dopotutto può essere normale per uno che è di statura più alta dell'ordinario, contribuisce a fornire un'impressione sgradevole a chi lo guarda, quasi di «sottosviluppato», terribile per uno che viene accusato di non aver fatto in otto anni null'altro che dire sempre di sì a Reagan.

Le Tv si mobilitano, ma sarà un cattivo affare

NEW YORK. Le telecamere sono di nuovo mobilitate, questa settimana, per il grande show del partito repubblicano a New Orleans dopo quello democratico di Atlanta, ma le grandi reti televisive sono convinte che per loro sarà un cattivo affare. «Le trasmissioni dirette delle Conventions - si legge in un titolo recente del «New York Times» - sono una specie in via di estinzione». Le cifre parlano chiaro: contro un pubblico medio serale di circa sessanta milioni di famiglie, nei giorni della Convention di Atlanta solo un terzo ha seguito il dibattito e le decisioni dei democratici, e solo un milione e mezzo di abbonati ha sintonizzato sulla rete-cavo Cnn che aveva deciso di continuare la «diretta» dal principio alla fine, insieme alla rete pubblica C-Span.

Ancora trent'anni fa la Cbs, la Nbc e Abc dedicavano cinquanta ore al classico evento politico quadriennale; oggi le hanno ridotte a dieci; e se non fosse stato per dovere di obiettività avrebbero dedicato a George Bush ancora meno tempo di quello dedicato a Jackson e Dukakis. Nonostante tutto quello che si dice sui rapporti tra televisione e la politica negli Stati Uniti, e sull'«influsso che la prima ha sulla seconda, le cose appaiono molto più complesse.

Un sondaggio di «TV Guide» degli inizi dell'anno aveva già rivelato che oggi solo il 22 per cento dei telespettatori è favorevole alla «diretta» completa, mentre il 75 per cento preferisce delle sintesi dei momenti più interessanti. In realtà l'ascolto registrato a luglio ha confermato questa tendenza. Ma dallo stesso sondaggio emergeva anche un altro elemento importante: la maggioranza

del pubblico ha seri dubbi sul ruolo dei media nelle campagne elettorali poiché ritiene che queste vengano troppo influenzate dai media stessi, che le informazioni trasmesse non siano obiettive e che si dovrebbe porre un limite alla pubblicità televisiva dei partiti e dei candidati.

Il paradosso di questi ultimi anni è che mentre aumenta la forza di penetrazione del giornalismo elettronico, diminuisce la fiducia del pubblico nella sua utilità. Dal grande sondaggio pubblicato dal gruppo Times-Mirror («The People, the Press and Politics», 1988), che è lo studio più recente sull'elettorato americano, emerge con chiarezza l'importanza che conserva la carta stampata, il giornale, nel formare le opinioni di coloro che votano, soprattutto fra i repubblicani. Anche fra i democratici, tuttavia, i più attivi politicamente sono coloro che preferiscono essere informati dalla stampa. Sono meno inclini a votare (per varie ragioni) coloro che dichiarano di informarsi essenzialmente attraverso i notiziari televisivi.

Le convenzioni politiche, comunque, conservano ancora un notevole valore come strumento di informazione di massa grazie alle trasmissioni televisive, e se hanno perduto da un lato l'importanza che avevano nel determinare veramente la scelta del candidato di ciascun partito, sono diventate invece la piattaforma di lancio della campagna elettorale che nel passato aveva formalmente inizio molto più tardi. Ciò è dovuto anche al fatto che la moltiplicazione delle primarie è diventata di per sé già una prova elettorale nazionale che ha acquistato una risonanza molto simile alla contesa presidenziale.

Telecamere di nuovo mobilitate per la convention del partito repubblicano. Ma che ruolo avranno questa volta? I sondaggi dicono che il pubblico americano non gradisce più le «dirette» e preferisce invece le sintesi dei momenti più importanti. Il paradosso di questi ultimi anni di «dittatura» del

GIANFRANCO CORSINI

L'intervento massiccio dei media nelle primarie ha tuttavia dato vita, secondo Byron E. Shafer, a una «politica biforcuta» nella quale gli eventi elettorali acquistano due significati: quello che viene attribuito loro dai media (interessati soprattutto agli elementi conflittuali che «fanno notizia») e quello invece che accade realmente tra i veri protagonisti che sono i candidati e i loro elettori. Un caso tipico di questa biforcuzione potrebbero essere le primarie di New York dove la televisione ha montato drammaticamente la questione ebraica aiutando il senatore Gore a cavalcare la ligre del conflitto «razziale» tra neri ed ebrei, mentre alla fine il comportamento degli elettori nei confronti di Jackson e di Dukakis ha mostrato un orientamento completamente diverso. E lo stesso è accaduto al «protezionismo» di Gephardt nel Middle West, alimentato dai media locali e proiettato su scala nazionale dalle Networks, sostanzialmente respinto da tutte le altre primarie che hanno fatto seguito. 200mila dollari di pubblicità televisiva hanno dato al senatore Gore nell'Illinois solo il 5 per cen-

tro; quello che si vorrebbe evitare, invece, è l'introduzione dei giornalisti che li interrogano e non è ancora stabilito quale sarà la forma prescelta da Bush e Dukakis quando si incontreranno.

I repubblicani sono preoccupati poiché conoscono le debolezze del loro candidato, i suoi limiti e anche le qualità del suo oppositore. Tra l'altro Dukakis è un ex moderatore di dibattiti televisivi e ha alle spalle una serie televisiva da lui condotta a Boston nel 1971 con grande successo. Il produttore di «The Advocates» ha rievocato recentemente le qualità televisive di Dukakis e la sua capacità di parlare direttamente al telespettatore, così come ha fatto in maniera drammatica e impreveduta ad Atlanta.

Anche Studs Terkel, l'autore delle famose storielle della «Grande crisi» e della seconda guerra mondiale, ritiene che i dibattiti tra i candidati alla presidenza debbano essere incoraggiati e resi il più liberi possibile in modo che le loro idee «entrino nelle case di tutti e possano poi essere discusse al bar o in chiesa, a scuola o nelle riunioni domenicali» creando un clima di vera partecipazione collettiva al processo politico. Ciò che Terkel metterebbe al bando sono gli spots pubblicitari che invece costituiranno una parte importante della campagna nei prossimi due mesi.

I repubblicani sperano di ripetere con successo la campagna televisiva fatta da Reagan nel 1984 e pensano di investire almeno 30 milioni di dollari in annunci pubblicitari ancorati a slogan accattivanti come il corrente «sette anni di lavoro, di pace e di crescita economica». E i democratici hanno annunciato che risponderanno, al contrario

di quello che hanno fatto nel 1984 rinunciando alla controffensiva.

La guerra dei messaggi a pagamento potrebbe avere, comunque, dei risvolti sconcertanti se i repubblicani continueranno a dubitare - come fanno adesso - delle capacità intrinseche di Bush di far pervenire al pubblico una immagine positiva di sé e del suo programma. I due commentatori del «Washington Post», Evans e Novack, hanno ricostruito pochi giorni fa la retroscena del pettegolezzo sulla salute mentale di Dukakis sfruttato infelicitamente anche da Reagan in una conferenza stampa. Secondo i due giornalisti i repubblicani incominciano a dubitare che Bush sia in condizione di superare lo scarto che attualmente lo separa dal suo rivale e ritengono che la distruzione politica di Dukakis sia necessaria se Bush vuole vincere. Se questa dovesse diventare la loro strategia la competizione elettorale potrebbe diventare come la «sporca guerra» di New York, e i media potrebbero trovarsi coinvolti anche contro la loro volontà.

Sul problema della «salute mentale» hanno risposto subito molto seccatamente rifiutandosi di assecondare i pettegolezzi ma non è facile prevedere come si comporterebbero se i repubblicani tentassero la via della calunnia invece del confronto delle personalità e delle idee. In un certo senso il ruolo dei media in queste elezioni del 1988 è tuttora imprevedibile ed appare incerto come il risultato stesso del voto di novembre. Ma dalle indicazioni raccolte fino a questo momento si direbbe che sia più difficile questa volta per i media trasformare gli americani - come dice Terkel - in «esseri non pensanti».