

# Apocalisse nel Golfo



I due inviati potrebbero avere fra l'altro il compito di valutare la convenienza della mediazione di Rafsanjani. Mai tante lodi da un presidente Usa all'Iran degli ayatollah. «Si sta comportando in maniera molto credibile»

# Cheney e Powell tornano in Arabia

## Missione per decidere quando scatterà l'offensiva terrestre

Bush invia nuovamente in Arabia Cheney e Powell prima di decidere quando far scattare l'offensiva terrestre. Per accelerare i tempi, prima che crescano le pressioni per un cessate il fuoco? O invece per valutare la convenienza di mediazioni come quella iraniana? «Nessuno mi sta soffiando sul collo», dice il generale Schwarzkopf. E mai da un presidente Usa erano venute tante lodi all'Iran degli ayatollah.

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE  
SIGMUND GINZBERG

NEW YORK. A quando l'attacco terrestre? Bush ieri ha annunciato che manda nuovamente in Arabia il suo segretario alla Difesa Cheney e il suo capo di Stato maggiore Powell a discutere col comandante in campo, il generale Schwarzkopf. Ogni volta che Cheney è andato in Arabia c'è stata una svolta. Fu dopo il suo primo viaggio, al primo dello scorso agosto, che Bush decise l'invio delle truppe. Fu dopo il suo secondo viaggio, in novembre, che decise di raddoppiare il contingente, farlo passare da forza

di difesa dell'Arabia Saudita a forza d'attacco per liberare il Kuwait. E' questo il viaggio che prelude al passaggio alla fase finale della guerra, quella che potrebbe costare più vite alle truppe alleate? E' un modo per esercitare una pressione sui comandanti in campo che preferirebbero continuare ad oltranza coi bombardamenti anziché avventurarsi su un terreno sconosciuto? O invece servirà a Bush a valutare se non gli convenga mostrare meno freddezza su tentativi di mediazione come quello iraniano, che gli consentirebbe

di saltare la fase più difficile e sanguinosa delle guerre, e che sono seguiti e appoggiati con tanta attenzione e convinzione dal segretario generale dell'Onu, dai sovietici e da una parte almeno degli europei? Nella conferenza stampa di ieri Bush si è diffuso in lodi che nessun altro presidente Usa prima di lui aveva fatto al-

Iran degli ayatollah. Bush ha detto che il fatto che l'Iran voglia far finire questa guerra è incoraggiante e che a suo avviso «l'Iran si sta comportando in modo molto credibile». Ha lodato Teheran per aver dichiarato che ha sequestrato e tratterà fino alla fine della guerra gli aerei che si sono rifugiati in Iran, per non aver violato le sanzioni dell'Onu,

per la scelta di restare neutrale nel conflitto. Anzi, è andato oltre le lodi, venendo incontro anche ad una delle principali richieste iraniane, che dalla regione se ne vadano tutte le truppe straniere, comprese quelle Usa: «Gli iraniani sono preoccupati di una presenza continuativa delle truppe Usa nel Golfo, e io continuo a dire - per rassicurare non solo l'I-

ran ma anche tutti gli altri - che non abbiamo intenzione di lasciare forze in quell'area...». Rassicurante, non solo verso Teheran, Bush suona quando dice che l'obiettivo Usa non è distruggere l'Irak e addirittura lascia intendere che gli Usa non bombarderanno obiettivi civili nemmeno ora che Saddam sta mandando l'esercito in mezzo ai centri abitati.

Insomma, Bush dice di «non aver alcun problema» di dialogo con l'Iran e sul fatto che l'iniziativa di pace provenga da Teheran. Ma nega di aver ricevuto finora alcuna proposta concreta. «La sola cosa che metto in discussione è che ci sia effettivamente una specifica proposta di pace iraniana, perché l'Iran sa benissimo che Saddam deve prima attuare le risoluzioni dell'Onu, e al momento non c'è nessuna indicazione che sia pronto a ritirarsi dal Kuwait... questo è sempre il dunque...».

E se Saddam si ritirasse davvero, lei continuerebbe la guerra? gli hanno chiesto. «Deve trattarsi di un ritiro credibile, visibile, totalmente convincente. Ci sono altre cose che vorrei accompagnassero al ritiro, anche se non intendo pronunciarmi su di esse in questo momento... e ci dovrebbe essere un'immediata supervisione del ritiro», ha risposto Bush, lasciando aperta la porta, ma avvertendo che il ritiro deve essere «senza concessioni, senza condizioni», perché «la fase dell'io mi ritiro se tu ti ritiri è già superata».

Signor presidente, gli è stato chiesto a questo punto, l'impressione è invece che lei sarebbe deluso se la guerra finisse con Saddam Hussein che mantiene il potere... «Non, non è così... ma la guerra non finirà con Saddam Hussein che continua a sostenere che non si ritirerà dal Kuwait, e gli iracheni non mostrano alcuna flessibilità in tema di ritiro dal Kuwait... Detto questo non mi metterò certo a piangere, non mi metterò in lutto se Saddam Hussein non resta alla testa del suo Paese...», la risposta di Bush.

# Appello per la pace degli intellettuali «Fermate le armi»

ROMA. «E' urgente un cessate il fuoco per fermare prima che sia troppo tardi un conflitto che già si annuncia come uno sterminio e come un crimine contro l'umanità». Oltre duecento docenti universitari, scrittori, artisti, giornalisti hanno sottoscritto l'appello contro la guerra che ha come primo firmatario padre Ernesto Balducci. «Memori dell'appello che negli anni della guerra fredda, Albert Einstein e Bertrand Russell rivolsero come essere umani ad essere umani - scrivono - vorremmo dar voce all'inquietudine che cresce nel nostro paese. Oggi l'umanità e la vita stessa del pianeta sono in pericolo. Ci rivolgiamo idealmente a tutti gli uomini perché si adoperino per mutare il corso tragico ma non fatale delle cose». I duecento intellettuali indicano gli obiettivi prioritari per ristabilire la pace: a cominciare dal ritiro dell'Italia dalla guerra, per ristabilire la legalità repubblicana, far cessare la violazione dell'articolo 11 della Costituzione e impegnarsi nella soluzione pacifica del conflitto. Inoltre i firmatari chiedono il rispetto di tutte le risoluzioni dell'Onu, la soluzione del dramma palestinese con la creazione di uno stato palestinese accanto a quello israeliano, la convocazione della conferenza di pace del Medio Oriente.

«E' venuto il tempo - concludono i firmatari dell'appello pacifista - perché si faccia attivo, nel rifiuto della guerra anche attraverso l'obiezione di coscienza e la disobbedienza civile e militare, quello spirito internazionale e interetnico, e quel diritto cosmopolitico che fanno di ogni uomo un cittadino del mondo premuroso non della vittoria dello Stato ma della sorte dell'umanità».

Tra i firmatari, Guido Aristarco, Alberto Asor Rosa, Nicola Badaloni, Andrea Barbato, Pietro Barcellona, Stefano Benni, Walter Binni, Laura Conti, Franco Fortini, Eugenio Garin, Filippo Gentilini, Ludovico Geymonat, Elena Gianini Belotti, Raniero La Valle, Cesare Luporini, Sandro Medici, Eugenia Melandri, Carlo Muscetta, Michele Serra, Enzo Tiezzi, Saverio Tutino, Paolo Volponi, Adriana Zarrì. Le adesioni si raccolgono al Cipec, via Festa del Perdono, 6, 20122 Milano tel. 02/58303958 fax 02/58302611.

I socialdemocratici hanno chiesto anche il cessate il fuoco

# La Spd: «Ritirare il contingente tedesco in Turchia»

La Spd rinnova la richiesta di una interruzione dei combattimenti nel Golfo, chiede il ritiro del contingente tedesco in Turchia e si pronuncia contro il finanziamento da parte di Bonn delle operazioni militari. Sono i tre punti qualificanti di un documento approvato ieri dal massimo organismo dirigente del partito dopo una accesa discussione interna. Dure reazioni polemiche dei liberali e dei democristiani.

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE  
PAOLO SOLDINI

BERLINO. La Spd insiste nella richiesta di una interruzione delle operazioni militari nel Golfo, «da parte di tutti i protagonisti del conflitto», e del ritiro degli iracheni dal Kuwait; chiede il rimpatrio dei militari tedeschi che il governo ha inviato in Turchia con una decisione che viene giudicata «un pericoloso errore politico»; approva lo stanziamento di aiuti finanziari massicci per tutti i paesi colpiti dalla guerra e dalle conseguenze dell'embargo, ma rifiuta ogni estensione che serva al finanziamento delle operazioni di guerra, compresi quelli che il governo federale ha già promesso agli Usa e alla Gran Bretagna; è d'accordo

per la concessione di materiale difensivo ad Israele contro la minaccia del missile e dell'eventuale uso di armi chimiche da parte dell'Irak, ma respinge l'ipotesi di consegnare allo stato ebraico armi che possano avere caratteristiche offensive, come due sommergibili di cui si parla da qualche giorno. Dopo un dibattito interno che è stato contrastato e a tratti teso, il Consiglio federale (il massimo organismo dirigente che si riunisce tra due congressi) dei socialdemocratici tedeschi ha raggiunto una posizione unitaria sulla guerra nel Golfo. Il documento, che è stato illustrato ieri a Bonn dal presidente del Consiglio Norbert Gansel (il quale da pochi giorni è anche portavoce per le questioni internazionali), fa proprie le indicazioni che nei giorni scorsi erano state formulate dal presidente del partito e del gruppo parlamentare della Spd Hans-Jochen Vogel e che erano state contestate da una parte del gruppo dirigente. La discussione si era incentrata soprattutto sulla questione della tregua, se essa dovesse essere sottoposta o no a «condizioni», ovvero ad almeno un segnale di disponibilità da parte di Saddam Hussein a ritirarsi dal Kuwait. Il documento approvato ieri menziona sia la cessazione del fuoco che il ritiro degli iracheni e Gansel, nella sua conferenza stampa, ha chiarito che quella che la Spd chiede non è una tregua unilaterale: essa dev'essere rispettata da tutte e due le parti.



Il segretario alla Difesa statunitense Dick Cheney, in alto un pilota Usa saluta al ritorno da una missione

dei due terzi sull'eventuale coinvolgimento di soldati tedeschi nelle operazioni belliche. I socialdemocratici - ha aggiunto Inlone - proteggeranno i diritti degli obiettori di coscienza e difenderanno il movimento per la pace da tutti gli attacchi ingiustificati.

Dure le prime reazioni dei partiti governativi al documento socialdemocratico: secondo la Cdu e la Csu esso sarebbe un «testimonianza di irresponsabilità» che «mina la solidarietà dell'alleanza occidentale» e porta la Spd nell'«isolamento». Molto critici, sia pure con toni più civili, anche i liberali della Fdp.

«Non basta sventolare un vessillo a stelle e strisce per avere successo - dice Joan Libblin, della DeWitt Media - Anzi: ogni tentativo diretto di sfruttare guerra e sentimenti patrii, potrebbe avere effetti controproducenti. La Boeing non fa testo. La sua è più una iniziativa di pubbliche relazioni verso il governo che una vera campagna pubblicitaria: gli aviogetti, è noto, non si vendono nei supermarket...».

E allora? E allora, dicono i grandi sacerdoti di Madison Avenue, bisogna optare per i messaggi obliqui, suadenti ed indiretti. Quelli, ad esempio, che esaltano la «americanità di un prodotto». Sono, chiediamo, i prodromi di una svolta autarchica nei consumi? Joan Libblin sorride e mi mostra l'inserzione che occupa le due pagine centrali d'un settimanale. È della Honda: compra, dice, la mia tosaerba tutta «made in Usa». Bentornata, America, alla normalità degli affari.

«Non basta sventolare un vessillo a stelle e strisce per avere successo - dice Joan Libblin, della DeWitt Media - Anzi: ogni tentativo diretto di sfruttare guerra e sentimenti patrii, potrebbe avere effetti controproducenti. La Boeing non fa testo. La sua è più una iniziativa di pubbliche relazioni verso il governo che una vera campagna pubblicitaria: gli aviogetti, è noto, non si vendono nei supermarket...».

E allora? E allora, dicono i grandi sacerdoti di Madison Avenue, bisogna optare per i messaggi obliqui, suadenti ed indiretti. Quelli, ad esempio, che esaltano la «americanità di un prodotto». Sono, chiediamo, i prodromi di una svolta autarchica nei consumi? Joan Libblin sorride e mi mostra l'inserzione che occupa le due pagine centrali d'un settimanale. È della Honda: compra, dice, la mia tosaerba tutta «made in Usa». Bentornata, America, alla normalità degli affari.

NEW YORK. Guerra ed affari sono notoriamente, dai tempi della clava, una coppia sperimentalmente e felice. Ma anche il loro collaudatissimo e millenario menage familiare, fondato assai più sulla solidità d'un comune interesse che sulla volatilità degli affetti e dei sentimenti, va oggi inevitabilmente soggetto ai contraccolpi di una società complessa ed in rapida trasformazione. Al punto da poter talora necessitare, in momenti chiave, l'ausilio d'una attenta revisione introspettiva delle ragioni profonde che cementarono quella lunga e fortunata convivenza. Nel caso degli Stati Uniti, com'è noto, lo psichiatra di famiglia abita in Madison Avenue, a Manhattan, dove da sempre pulsano cuore e cervello della poderosa macchina pubblicitaria americana. Ed è qui che, dal giorno dello scoppio della guerra del Golfo, molti tra i migliori specialisti vanno studiando una adeguata - ed assai intensiva - terapia familiare.

I primi sintomi della crisi erano subito apparsi, in verità, alquanto preoccupanti. Salutate in tutto il paese da una ventata di euforia - ivi compresa quella delle borse, a conferma della sostanziale solidità del matrimonio - la guerra aveva tuttavia avuto, sul mercato pubblicitario, il controeffetto d'una generale e non di rado rovinosa ritirata.

«Mano a mano che la guerra occupava gli schermi televisivi

ricorda ancora con qualche sudore freddo John Kirsh, della Simpson & Bond Advertisment - gli spot se ne andavano. Bisogna capire, in genere, fondato sull'ottimismo, su una idilliaca visione del mondo. E la guerra, anche se tecnologica e vincente come pareva essere quella del Golfo, mal si sposava con questa filosofia». La lista dei ritiri, aggiunge, era lunghissima: Coca Cola, Pepsi, Procter & Gamble, McDonald's, Kodak. Nessuno voleva associare il proprio prodotto a quelle che si presumeva fossero immagini di morte. Nessuno voleva dare al consumatore una impressione di allegria superficialità o di indifferenza, mentre «giovani americani combattevano in terre lontane».

Talora, continua Kirsh, a favore del ritiro giocavano evidenti ragioni di buon gusto. Come ad esempio, dice, nel caso della Pizza Tombstone, la quale, dovendo convivere con il proprio nome (che significa

pietra tombale n.d.r.), aveva scelto la via della battuta macabra. «La scena - rammenta Kirsh con un moto di ribrezzo - si svolgeva nientemeno che in un cimitero nel deserto. E la battuta era: «che cosa vuoi sulla tua pietra tombale?». Voleva essere, in origine, un modo divertente per propagandare la varietà dei condimenti. Ma, capirà, con una guerra in corso. E, per di più, una guerra nel deserto. Impresentabile...».

Difficile dargli torto. Anche se, nella maggioranza dei casi, è bastato molto meno per decidere la messa in mora degli spot. «Era sufficiente - dice Kirsh - che ci fosse la scena di una spiaggia. Perché la spiaggia è sabbia. E la sabbia ricorda il deserto». La Clorox ha citato in giudizio la Cbs per avere mandato in onda la pubblicità del suo detersivo tra un collegamento con Riyad e una funerea intervista ad Henri Kissinger. Tutte le compagnie petrolifere - dalla Texaco, alla Amoco, alla Chevron - hanno

scelto la via d'un totale silenzio. E così le linee aeree. Solo qualcuno, come la Burger King, ha audacemente giocato a d'azzardo; continuando a mandare in onda un cartone animato dal titolo «Branyard Commando», nel quale comparivano un malale in tuta mimetica ed un vitello in divisa da pilota.

Non è stata propriamente una Caporetto. Ma le perdite, in una situazione di incipiente recessione, già sono state pesanti per tutti. «Credo - dice Peter Lund, vicepresidente della Cbs - che i mancati introiti si possano calcolare, per tutte le grandi network, nell'ordine dei cento milioni di dollari. E ancora l'equilibrio non è stato del tutto recuperato».

Proprio di questo si va animatamente discutendo in questi giorni in Madison Avenue: come rimettere pienamente d'accordo guerra ed affari o, per meglio dire, come far sì che prodotti di pace possano ritrovare il proprio appeal consumistico anche in tempi di

guerra. Tutti, ovviamente, convengono che la chiave d'una possibile svolta vada ricercata nei sentimenti patriottici che percorrono il paese. E la Boeing già ha varato, con sospetta tempestività, uno spot tutto bandiere, tramonti ed inni «in saluto alle nostre forze armate». Ma l'impresa non è affatto, a quanto affermano gli esperti, facile come sembrerebbe.

«Non basta sventolare un vessillo a stelle e strisce per avere successo - dice Joan Libblin, della DeWitt Media - Anzi: ogni tentativo diretto di sfruttare guerra e sentimenti patrii, potrebbe avere effetti controproducenti. La Boeing non fa testo. La sua è più una iniziativa di pubbliche relazioni verso il governo che una vera campagna pubblicitaria: gli aviogetti, è noto, non si vendono nei supermarket...».

E allora? E allora, dicono i grandi sacerdoti di Madison Avenue, bisogna optare per i messaggi obliqui, suadenti ed indiretti. Quelli, ad esempio, che esaltano la «americanità di un prodotto». Sono, chiediamo, i prodromi di una svolta autarchica nei consumi? Joan Libblin sorride e mi mostra l'inserzione che occupa le due pagine centrali d'un settimanale. È della Honda: compra, dice, la mia tosaerba tutta «made in Usa». Bentornata, America, alla normalità degli affari.

# ASSICURATA

## QUANDO LA POSTA E' IMPORTANTE

L'esigenza di inviare plichi contenenti valori o documenti importanti è garantita dalla posta ASSICURATA. Un supplemento minimo di spesa sul normale prezzo di spedizione, offre il costante controllo durante tutto il tragitto del plico dalla impostazione alla consegna. L'ASSICURATA: un servizio di elevata rapidità e sicurezza a disposizione dei clienti delle P.T.

Per informazioni rivolgersi a: 1678 - 63011 UFFICIO RELAZIONI ESTERNE DELLA AMMINISTRAZIONE P.T.