



L'Unità *due*



MERCOLEDÌ 16 LUGLIO 1997

EDITORIALE

E Pathfinder più che Marte scoprì Internet

PIETRO GRECO

L'ELEGANTE discesa del Pathfinder sul suolo di Marte e il goffo caracollare di Sojourner, il piccolo robot, per l'antica valle alluvionale del pianeta rosso non sono stati solo i momenti cruciali di una importante missione scientifica e di uno tra i più grandi successi della tecnologia spaziale. Sono stati anche, e forse soprattutto, uno straordinario evento mediatico. Per almeno due motivi.

Il primo lo ha ricordato ieri «The New York Times». Il sito che la Nasa, l'agenzia spaziale americana, ha aperto su Internet per «coprire» la missione marziana con notizie scritte e immagini in tempo reale, è stato visitato ogni giorno per otto giorni da almeno 45 milioni di persone. Nessun altro sito della World Wide Web aveva mai avuto tanti contatti in così breve tempo. Con questo evento la grande rete telematica diventa finalmente e, per certi versi, improvvisamente un vero mezzo di informazione di massa. Con la stessa dignità mediatica (leggi grande audience) dei giornali, della radio e persino della televisione.

Cosa è successo? È successo che la (ri)conquista di Marte ha toccato una corda profonda in milioni di Americani (e di non Americani). E loro, gli Americani e gli appassionati di tutto il mondo, si sono riversati sul media che prometteva di soddisfare meglio e subito la fame di notizie: Internet.

Probabilmente la missione Pathfinder occuperà un paragrafo non grosso sui manuali di storia dell'esplorazione del sistema solare. In fondo prima di lei altre sonde americane, le Viking I e II, erano giunte su Marte a metà degli anni '70 ottenendo ottimi risultati scientifici. Ma occuperà un intero capitolo nei manuali di storia delle comunicazioni di massa.

E proprio in questa asimmetria si nasconde il secondo dei motivi che rendono la missione Pathfinder un evento mediatico straordinario. La (ri)conquista di Marte sancisce il successo di una nuova strategia, come dire, di pubbliche relazioni che si è data la Nasa per sottrarsi dal baratro del ridimensionamento e costruire un futuro brillante almeno quanto il passato.

Il grande merito di Daniel Goldin, il dinamico presidente della Nasa, è stato quello

di aver capito, già all'atto dell'insediamento nel 1992, che con il crollo del muro di Berlino e la fine dell'Urss veniva meno lo strumento più efficace per riuscire a toccare le corde profonde degli Americani e indurre i rappresentanti al Congresso a finanziare l'esplorazione scientifica dello spazio: la competizione ideologica. La storia della conquista dello spazio, infatti, compreso lo spettacolare sbarco sulla Luna, è stata una parte, non marginale, della guerra fredda tra Stati Uniti e Unione Sovietica. Goldin ha immediatamente capito che, venuta meno l'Urss, sarebbe venuto meno l'antico motivo di interesse per lo spazio. E che quindi occorreva trovare un'altra leva capace di toccare le corde profonde degli Americani. E ha capito, Daniel Goldin, che la nuova leva non poteva essere che quella mediatica. La pianificazione di eventi spettacolari capaci, mediante l'abile uso dei mezzi di comunicazione di massa, di suscitare forti emozioni. Marte, uno tra i tanti importanti obiettivi scientifici della Nasa, si prestava particolarmente per la ricaduta spettacolare. È l'unico pianeta, oltre la Terra, che potrebbe aver conosciuto la vita. Ed è l'unico pianeta dove, in un futuro non remoto, potrebbe sbarcare l'uomo. Ce n'è abbastanza per suscitare emozioni.

NEGLI ULTIMI MESI la Nasa è riuscita a creare intorno a Marte un notevole interesse mediatico. Il pianeta rosso è stato sovente, e non sempre a proposito, sulle prime pagine dei giornali e nei titoli d'apertura dei telegiornali. Poi la sonda Pathfinder è scesa elegantemente sul suolo marziano e il piccolo robot Sojourner ha iniziato a caracollare per l'antica valle alluvionale del pianeta. Gli Americani si sentono orgogliosi per quella grande impresa di ingegneria spaziale realizzata nel giorno dell'Indipendenza. E si riversano in massa su Internet. La strategia mediatica di Goldin ha ottenuto il più clamoroso dei successi. La scienza spaziale ha trovato un nuovo strumento per drenare consenso di massa. Condizione indispensabile per fare scienza in regime di budget decrescenti.

SILVIE COYAUD
A PAGINA 8

Generazione senza

C. DE LUCA
M. GRACCEVA

A PAGINA 3

Sport

CALCIO

La finanza perquisisce 50 società

Le sedi di 50 società di calcio e le sedi delle Leghe professionisti e dilettanti sono state perquisite dalla Finanza. L'indagine sul fallimento della Triestina.

PETRUCCI e SGHERRI
A PAGINA 13

CASO BAGGIO

Bologna e Milan vicine all'accordo

Non c'è stato il definitivo ma ieri Milan e Bologna hanno trovato l'accordo sul trasferimento di Roberto Baggio. Le possibili sorprese.

COLOMBO e GUAGNELI
A PAGINA 14

FERRARI

Una gomma ko Brivido per Schumacher

Brivido per Schumacher all'ultimo giro delle prove a Monza. Lo scoppio di una gomma ha fatto sbandare la monoposto Ferrari. Schumi è apparso scosso.

IL SERVIZIO
A PAGINA 14

DIRITTI TV

«La serie B va venduta da sola»

Per il presidente della Lega Calcio Carraro la serie B offre uno spettacolo gradevole i cui diritti tv «non vanno penalizzati vendendoli con la A».

AZZURRA DELLA PENNA
A PAGINA 14

Nel tappone pirenaico il campione tedesco stacca tutti e conquista la maglia di leader

Ullrich in giallo, le mani sul Tour

Secondo un eccellente Pantani che sale al quinto posto della classifica generale. Casagrande arriva quarto.

Armi chimiche contro le zanzare

Il test della settimana è sugli insetticidi, liquidi o a piastrine, presenti sul mercato per affrontare le battaglie notturne contro l'animale nemico del nostro sonno e della nostra pelle. A confronto i dieci prodotti più diffusi. E qualche consiglio pratico.

IL SALVAGENTE

IN EDICOLA DA GIOVEDÌ 17 LUGLIO 1997

Il tedesco Jan Ullrich è il nuovo leader del Tour de France. La maglia gialla l'ha conquistata ieri nel tappone pirenaico. Ad Andorra è arrivato da solo, staccando tutti con un'impressionante facilità. La sua pedalata fluida ed elegante ha il marchio dei grandi campioni. Dietro di lui uno splendido Pantani, perfettamente recuperato nella determinazione e nella condizione. Per lui un nuovo importante balzo in classifica generale, un quinto posto che potrebbe anche trasformarsi in un trampolino di lancio in vista delle Alpi. Il francese Virenque, terzo all'arrivo, si piazza alle spalle di Ullrich in una classifica che vede al terzo posto lo spagnolo Olano. Quarto è il danese Riis che ieri ha subito un distacco di 3 minuti e 22 secondi.

SALA e STAGI
A PAGINA 15

Diario del Novecento

È in edicola a 10.000 lire

Gli anni '70: sogno e tragedia

di Giuliana Gamba.

ARCHIVIO AUDIOVISIVO DEL MOVIMENTO OPERAIO E DEMOCRATICO e L'UNITÀ

L'inventore del più celebre fucile lascia le armi per i trattori

Kalashnikov, mitra addio

ENRICO MENDUNI

L'ORMAI anziano ingegner Mikhail Kalashnikov, inventore delle più micidiali armi portatili della passata Urss, afferma adesso di volere smettere di fabbricare fucili e mitragliatori perché una cosa era la guerra patriottica in difesa dell'Unione Sovietica e un'altra la guerra fra etnie. Per tanto dichiara di volersi dedicare alle macchine agricole e gli auguriamo tutta la fortuna che merita, anche se l'agricoltura conosce crisi profonde e il mercato della guerra, sempre fiorente, non ne è mai attraversato.

Leggero e affidabile, il mitra Kalashnikov esce dalla cultura tecnologica della seconda guerra mondiale e si diffonde in tutti gli Stati socialisti, Cina compresa, dove ancora è costruito su licenza; ma gode anche di una straordinaria fortuna presso i paesi del Terzo Mondo. Ovunque c'è un focolaio di guerriglia, là c'è il Kalashnikov; costruito per essere usato da parte di truppe di scarsa alfabetizzazione meccanica e privo del tutto di una filosofia della manutenzione, è ro-

busto, semplice da usare e da riparare. Gli occidentali lo sottovalutano; la sua grande diffusione è attribuita alle vendite sottocosto e ai regali interessati dell'Urss e viene interpretata come una forma di sottosviluppo militare.

Se nella guerra dei «sei giorni» tra Egitto e Israele il Kalashnikov si dimostra inferiore alle armi israeliane, e in particolare alle micidiali mitragliette Uzi, la guerra del Vietnam mostrerà con chiarezza la sua dominanza rispetto al fucile d'attacco americano e al Fal, adottato anche dalla Nato, soprattutto quanto a potenza di fuoco. La prova migliore sta nel fatto che le truppe speciali americane, in operazioni coperte, ne fanno un largo uso.

Nasce così una tardiva notorietà del Kalashnikov in occidente. La crisi e poi la dissoluzione del mondo sovietico mettono in circolazione decine di migliaia di pezzi, a cominciare dall'Afghanistan, in cui la sua potenza e affidabilità ne fanno, insieme al missile caccia-elicotteri Sting, ceduto ai mujaidin da-

gli americani attraverso il Pakistan, il protagonista della guerra. Per mille canali copiose forniture del «Kala» arrivano alla malavita di ogni paese e anche al terrorismo. È un «Kala» che farà saltare la blindatura dell'auto del generale Giorgieri, ucciso a Roma dalle Br, ed è ormai un'arma largamente usata da mafia e camorra.

In questo percorso, l'arma micidiale perde la sua caratteristica ideologica, quella che traspare ancora dalle parole del vecchio ingegnere sovietico, e diventano semplici accessori della guerra per bande e della criminalità in azione. Si trova facilmente e con poco, ma è soprattutto affidabile e preciso. Si spiega così il suo successo anche presso Umberto Bossi: prima di plaudire agli improvvisati blindati di piazza San Marco ha trovato anche il tempo di invitare a «ollare i Kalashnikov», quasi che la Lega fosse una banda di guerriglieri. Per fortuna non se ne è fatto nulla: preferiamo, come il buon Mikhail, una visione meno bellicista della politica.