

patrizia laurano*

COMUNICAZIONE POLITICA INTERNAZIONALE: LA MEDIA DIPLOMACY DA KENNEDY A OBAMA

25 gennaio 1961: John Fitzgerald Kennedy, 35° presidente degli Stati Uniti, inaugura una nuova stagione di comunicazione politica scavalcando i giornalisti e parlando in diretta ai cittadini, invitati a “partecipare alla presidenza”. Nella sala della conferenza sono presenti 418 reporter che, grazie ai nuovi microfoni senza fili, possono rivolgere domande al Presidente davanti a 60 milioni di telespettatori. Suo precursore fu F. D. Roosevelt che il 30 aprile 1939, per la prima volta, apparve in diretta televisiva sulla NBC (che ancora non possedeva apparecchiature per la registrazione), inaugurando un nuovo stile di comunicazione politica divenuto famoso come i “colloqui al caminetto”. In questo modo, il presidente era riuscito a stabilire un rapporto diretto con la gente, utilizzando la televisione. John F. Kennedy lavorò in questa direzione, modificando i metodi da sempre usati dalla Casa Bianca e parlando in diretta televisiva alla nazione.

Da allora il peso dei mezzi di comunicazione e l'importanza delle nuove tecnologie nella sfera politica sono diventati sempre più visibili. Se appare evidente l'uso dei media come fondamentale canale *interno* di comunicazione politica (valga su tutto l'importanza dell'apparato mediatico durante le campagne elettorali), meno manifesto – invece – è il ruolo da essi svolto nella politica estera. Grazie all'uso del satellite, aumentato e potenziato a partire proprio dagli anni Sessanta¹, i governi di tutto il mondo hanno potuto trasmettere contenuti e messaggi presidenziali in molte altre nazioni. La possibilità, per i leaders politici internazionali, di dialogare direttamente, di scambiarsi messaggi al di fuori dei tradizionali, e spesso segreti, canali diplomatici, ha rappresentato una novità di portata storica.

* È dottore di ricerca in “Pensiero politico e comunicazione nella storia” e attualmente assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Sociologia e Comunicazione dell'Università Sapienza di Roma.

¹ Si tratta del Worldnet Program controllato dall'USIA, United States information Agency.

Reagan e Gorbaciov, ad esempio, l'hanno saputo abilmente sfruttare durante la Guerra Fredda, per accelerare il superamento della contrapposizione ideologica seguita alla seconda guerra mondiale. George Bush, eletto presidente degli Stati Uniti nel 1988, invece, preferiva comunicare con gli altri leaders politici attraverso i radiotelefoni cellulari ed, eventualmente, colloquiare con i giornalisti della carta stampata, evitando assolutamente i reporters televisivi. Oggi Barack Obama è diventato il simbolo stesso di un nuovo modo di fare comunicazione politica. Sulla scia della sua vittoria elettorale, il mondo politico globale si è affannato a rincorrere il neopresidente nell'utilizzo dei nuovi media. Il modello comunicativo obamiano è stato in alcuni casi frettolosamente e superficialmente letto soprattutto come abilità nella costruzione e nella gestione del proprio spazio sulla rete, imponendo un nuovo modo di fare comunicazione politica, tanto da essere studiato dalle università e dai *policymakers*. In realtà, l'uso dei media da parte del neopresidente va oltre la semplice propaganda politica: ad esempio, il rendere pubblico l'archivio di tutti gli atti amministrativi, le decisioni delle *authorities* federali, le proposte di riforma delle leggi e dei regolamenti (il cosiddetto Federal Register 2.0), il sito di Barack Obama, così come il suo Blackberry, non sono solo strumenti di comunicazione ma elementi di una nuova concezione della comunicazione politica, tesa a coinvolgere più direttamente i cittadini nelle attività del governo e a rendere più trasparente l'azione di governo. Se durante i mesi di campagna elettorale, i new media sono stati il volano per coinvolgere le nuove generazioni nell'arena politica e per organizzare la militanza di base, contribuendo a fare del candidato outsider il simbolo del "nuovo", del "giovane", della rottura verso il passato, ora rappresentano una promessa cruciale da mantenere, un "nuovo corso" da intraprendere.

Nel nostro paese lo studio e l'analisi delle modalità e degli strumenti della comunicazione politica internazionale sono tuttavia piuttosto limitati. Ancora impegnata a "digerire" la rivoluzione mediatica introdotta nella politica italiana dal partito mediale berlusconiano, la riflessione – anche accademica – tarda ad accorgersi del rilievo che i mass media rivestono nel contesto internazionale, svolgendo la doppia funzione di *canali* di comunicazione e di *contenuto* simbolico del messaggio.

Gli esempi sono numerosi: dalla rivoluzione iraniana del 1979, cominciata con le audiocassette dei sermoni dell'ayatollah Khomeini, all'incidente alla centrale nucleare di Chernobyl nel marzo del 1986, quando Boris Eltsin porta avanti la sua battaglia contro il Parlamento e la sollevazione della piazza sotto l'occhio della televisione

globale². Da Piazza Tien An Men, nel giugno del 1989, alla caduta del muro di Berlino nel novembre del 1989; dall'eliminazione di Ceausescu nel dicembre del 1989 all'invasione del Kuwait nell'estate del 1990 e alla conseguente guerra del Golfo del gennaio 1991.

Le immagini che fanno il giro del mondo condizionano le opinioni pubbliche e i leaders politici: la televisione, in particolare, diventa punto di riferimento, elemento che può determinare il corso degli eventi grazie al suo potere di imporre i temi dell'agenda pubblica globale e di condizionare l'intervento dell'élite politica. L'importanza assunta dai network *all-news* ha portato gli studiosi ad identificare un "effetto Cnn" per sottolineare il ruolo e l'influenza che questo tipo di televisione può esercitare sulla politica. Seppure gli studiosi non siano concordi né nel ritenere reale questo tipo di effetto, né nel riconoscere ad esso un effettivo potere, è possibile comunque – sulla scia delle riflessioni di Livingstone - riconoscere "*diversi effetti CNN [...]: 1) come agente dell'agenda-setting; 2) come impedimento al successo degli scopi politici desiderati; 3) come acceleratore delle decisioni politiche*"³. È un potere immenso che non solo gli operatori dei media ma gli stessi politici devono imparare ad usare.

Sono stati proprio gli anni della Guerra Fredda a far comprendere l'importanza dei mezzi di comunicazione per propagandare le proprie idee e per avvicinare i popoli ai propri valori e al proprio stile di vita, non solo nella politica interna ma anche nei rapporti internazionali: nasce la *media diplomacy*, cioè "l'uso dei media da parte dei leader politici per esprimere il loro interesse alla negoziazione, per costruire un clima di fiducia e per mobilitare il consenso pubblico"⁴. Attraverso strumenti come le conferenze stampa, le interviste, le fughe di informazioni, le visite dei capi di stato, lo scambio di mediatori, l'organizzazione di *media events*⁵, i politici inviano messaggi con

² Nonostante il segretario russo abbia cercato in ogni modo di censurare immagini e notizie sul grave incidente nucleare, la televisione globale, grazie ad antenne a parabola autonome, trasmette e riceve dal tetto del palazzo sulla "prospettiva Kutuzov", collegando tutti i centri di potere politico mondiali con il parlamento russo. Boris Eltsin deve, quindi, di fronte alla politica e all'opinione pubblica mondiale, tenere fede alla sua fama di riformista democratico. Diventa esemplificativo del "potere" dei media l'affermazione dell'allora presidente Clinton di guardare le immagini via satellite della Cnn per aggiornarsi sulla crisi sovietica.

³ P. Laurano, *Fondamenti di comunicazione politica internazionale*, Bonanno, Roma, 2006, p. 64. Cfr. anche S. Livingstone, *Clarifying the CNN effect: an examination of media effects according to type of military intervention*, Research Paper R-18, June 1997.

⁴ E. Gilboa, *Media Diplomacy: Conceptual Divergence and Applications*, in "The Harvard International Journal of Press/Politics", 3, 1998, p.56.

⁵ D. Dayan – E. Katz, *Media events, the live broadcasting of history*, Cambridge, Cambridge University Press, 1992.

i media globali, invece che attraverso i tradizionali canali diplomatici: in questo modo, i negoziati diventano pubblici ed i leaders politici dialogano direttamente. Se le radici di queste pratiche affondano appunto nel periodo del bipolarismo, oggi ne è un perfetto (e, per ora, incompiuto) esempio il "dialogo" tra il neo presidente statunitense e l'Iran di Ahmadinejad. Tra i due paesi non esistono ufficiali rapporti diplomatici dal 1979, quando 66 americani vennero prelevati dall'ambasciata Usa di Teheran da alcuni studenti musulmani fedeli a Khomeini e tenuti come ostaggi 444 giorni. Nel 1998 - durante la breve stagione riformista - fu il neo-eletto presidente Mohammed Khatami a inviare un messaggio conciliatore agli Usa attraverso la Cnn; oggi è Barack Obama ad inviare continui messaggi al presidente iraniano, mostrando di voler rinvigorire quel tipo di pratiche (che ricadono sotto la più ampia definizione di *soft power*) che l'amministrazione statunitense non riteneva più necessarie dopo la "vittoria" della Guerra Fredda e che, invece, gli attentati dell'11 settembre 2001 hanno fatto velocemente rispolverare e riadattare per "conquistare il cuore e le menti del mondo musulmano". Già durante la campagna elettorale, il futuro Presidente aveva chiaramente indicato la via che intendeva seguire in politica estera, ribadita durante la prima conferenza stampa alla Casa Bianca: "Nei prossimi mesi gli Stati Uniti aspetteranno di vedere aperture che possano consentirci di sedere allo stesso tavolo ed avviare una diplomazia faccia a faccia che permetta di dare una nuova direzione alla politica americana"⁶. Insomma basta con l' "unipolarismo aggressivo"⁷ esercitato dalla precedente amministrazione e ripresa della diplomazia come strumento privilegiato per dirimere conflitti e tensioni internazionali. Lo scorso febbraio, poco dopo l'insediamento di Obama, Ahmadinejad risponde al nuovo presidente, sempre attraverso i canali di comunicazione globale: "L'Iran è pronto ad avviare colloqui, ma in un'atmosfera equilibrata e nel rispetto reciproco"⁸.

Strettamente collegato con la questione iraniana, e altro perfetto esempio di *media diplomacy*, come ai tempi della Guerra Fredda, è stato il dialogo condotto attraverso i media tra Obama e il leader russo che ha portato all'eliminazione dello scudo antimissile e al Nobel per la pace al neo-presidente americano. "L' America, lavorando all' unisono con la Russia - ha detto Obama - deve guidare il cammino per evitare la proliferazione nucleare. Per questo ho detto al presidente Medvedev che è importante ricominciare il dialogo sulla riduzione degli arsenali nucleari. In questo modo possiamo

⁶ Usa, passa in Senato il piano Obama il Tesoro: "test di stress per le banche", in "la Repubblica", 10 febbraio 2009.

⁷ G. J. Ikenberry, *America senza rivali?*, il Mulino Bologna, 2004 (ed. or. 2002).

⁸ M. Calabresi, *Ahmadinejad a Obama: trattiamo alla pari*, in "la Repubblica", 11 febbraio 2009.

andare insieme a trattare con gli altri Paesi, e cominciare a rafforzare i trattati anti-proliferazione che si sono indeboliti negli ultimi anni”⁹. La risposta di Mosca non si è fatta attendere e, come ai tempi della Guerra Fredda, il Cremlino ha colto l’opportunità di cambiare il segno delle relazioni con gli americani, diventate particolarmente difficili con l’amministrazione Bush proprio in conseguenza al progetto dello scudo antimissile e all’invasione della Georgia, dichiarandosi pronto ad una “cooperazione scrupolosa”¹⁰. Nel mese di settembre si è assistito all’ultimo atto di questa magistrale strategia di *media diplomacy*: l’America ha annunciato di rinunciare a dispiegare in Polonia e nella Repubblica ceca testate nucleari ufficialmente destinate a intercettare e distruggere un eventuale lancio missilistico-nucleare dall’Iran (ma interpretate dal Cremlino come una escalation degli armamenti della Nato puntati alle sue frontiere). Medvedev ha subito reagito molto positivamente, anche perché appare evidente la scelta della nuova amministrazione statunitense di voler coinvolgere Mosca nel grande sistema di sicurezza in fieri. La scelta di Obama, insomma, annunciata attraverso i canali comunicativi globali, ha rappresentato un forte messaggio politico non solo per Teheran, ma anche per la Russia¹¹. Dai primi passi compiuti dal 44° presidente americano sembra che gli Stati Uniti stiano nuovamente utilizzando gli strumenti del *soft power*. La possibilità di ottenere successi politici e valutazioni positive da parte delle altre nazioni può davvero fare passi significativi grazie alla presidenza Obama: vero e proprio *brand* per il proprio paese, la migliore pubblicità che gli Stati Uniti possono volere dei propri valori e stile di vita. A partire dalla sua biografia politica fino ai famosi *speech*, il neo-presidente sembra suscitare quel senso di ammirazione e di benevolenza verso le politiche Usa drasticamente crollato durante la presidenza Bush.

Proprio l’impegno del neopresidente per la riduzione degli armamenti nucleari pare essere stata la principale motivazione nell’assegnazione del premio Nobel per la pace 2009. Se infatti l’assegnazione del premio ha causato molte polemiche, è possibile leggere questa scelta come un riconoscimento alla forza delle parole nel perseguire obiettivi di pace. Attraverso una diplomazia *soft* e condotta apertamente sui canali mediatici mondiali, il neo presidente è riuscito finora a sventare un pericolo nucleare e a rafforzare il legame con l’ex nemico russo, a tendere una mano al mondo islamico

⁹ Ibidem.

¹⁰ Ibidem.

¹¹ F. Rampini, *Obama smonta lo scudo anti-Russia*, in “la Repubblica”, 18 settembre 2009; F. Salleo, *Obama senza lo scudo*, in “la Repubblica”, 18 settembre 2009.

ponendo un primo tassello nella difficile ricostruzione di un dialogo con un mondo arabo-musulmano¹² profondamente ferito dalla guerra in Iraq voluta da Bush e dall'irrisolta questione palestinese, ad allontanare lo spettro di una nuova guerra con l'Iran, riottoso verso la questione nucleare. Non sono piccoli passi per un giovane presidente eletto da poco, e su cui gravano le speranze e le aspettative dell'intera comunità mondiale, ma soprattutto sono profondamente indicativi del tipo di politica che questa amministrazione intende perseguire ed "inchiodano" il presidente a rimanere fedele a quelle "parole".

¹² Cfr. il discorso che il neo presidente americano ha tenuto a Il Cairo nel giugno 2009, rivolto al mondo arabo e musulmano.