

Come ti racconto

di Roberto Grandi*

L'informazione, il controllo e la gestione della comunicazione sono considerate come risorse strategiche nelle fasi di un conflitto. Un recente convegno internazionale ha letto attraverso la lente della ricerca e delle testimonianze dei protagonisti, il mestiere di raccontare le guerre

Vale la pena rischiare la vita per raccontare una guerra?"

Questa la domanda che in maniera implicita o esplicita ha attraversato, per due giorni, il Convegno Internazionale "Media e Conflitti", organizzato da UniboCultura, Dipartimento di Scienze della Comunicazione e Scuola superiore di giornalismo dell'Università di Bologna, patrocinato anche dalla Provincia di Bologna.

Il primo giorno è stato occupato da ricercatori europei che hanno presentato le metodologie e i risultati delle loro ricerche, in particolare sull'analisi di articoli, servizi televisivi o fotografie di conflitti. Ciò che le testate hanno proposto, dopo l'11 settembre, nella guerra in Afghanistan o in Iraq è stato sottoposto alla lente interpretativa di studiosi che hanno individuato le differenze ma, soprattutto, le omogeneità interne ai vari racconti giornalistici.

A proposito delle immagini delle vittime dello tsunami, di quelle della strage di Beslan, o delle carceri di Guantanamo e Abu Ghraib è stato dimostrato come costituiscano tutte narrazioni sorrette da stereotipi passionali, con forte impatto emozionale sul pubblico occidentale, che sollecitano una sorta di compassione universale che tende ad esorcizzare il potenziale di orrore e di shock nei confronti anche di torture e abusi. Altre ricerche hanno invece approfondito il rapporto del pubblico con i reportage sulle guerre. Una parte rilevante dei telespettatori è poco interessata a questo tipo di informazione,

i restanti rielaborano attraverso proprie conoscenze e interessi quanto viene prodotto. Gli spettatori più accorti individuano gravi limiti in ciò che i mezzi di comunicazione di massa propongono, soprattutto perché si soffermano o sul singolo caso o sull'aspetto umano ed altamente emotivo, senza fornire quel quadro di insieme che permette di capire il contesto in cui il conflitto è inserito. Quest'ultimo aspetto è stato affrontato anche dagli autorevoli giornalisti internazionali che han-

**“ per
vendere le
guerre bisogna
rafforzare
il senso di
paura ”**

*Prorettore alle Relazioni Internazionali

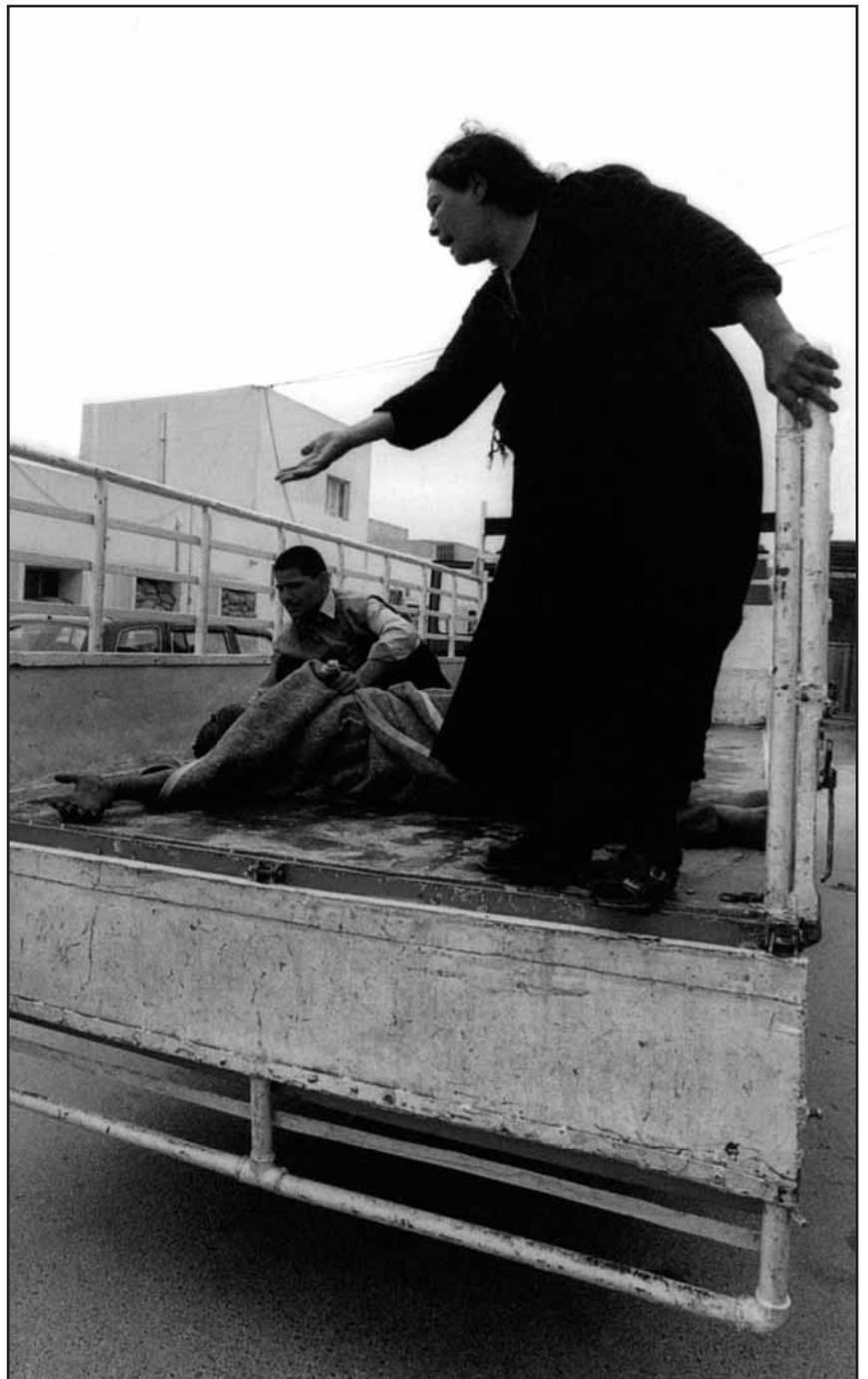
la guerra

no partecipato alla seconda giornata del Convegno. Spesse volte questo desiderio di collegare fatti tra loro diversi, si scontra con le richieste degli editori di raccontare invece storie emotive. Tra i giornalisti italiani presenti ricordiamo: Massimo Alberizzi, Pietro Veronese, Ugo Tramballi, Marco Guidi, Lorenzo Bianchi, Bernardo Valli oltre a Lilli Gruber. Tra le testate straniere presenti: BBC, The Times, Le Monde, Al Jazeera ed altre testate tedesche e spagnole. Si è parlato a lungo anche del ruolo del giornalista, di quale sia il peso che ricopre quando informa sui conflitti e di come si stia modificando il "mestiere" del corrispondente di guerra.

Fin dalla Guerra di Troia chi è al potere e intende ottenere l'assenso interno al proprio Paese ad una dichiarazione di guerra cerca e propone motivi che vengano ritenuti plausibili dai più. È però con lo sviluppo dei mezzi di comunicazione di massa che la propaganda e la promozione dei conflitti raffinanano le proprie tecniche di persuasione, tra le quali le relazioni pubbliche, la pubblicità e tutte le altre che riescano a condizionare o controllare il sistema informativo e ciò che i giornalisti raccontano.

Si è ricordato come la guerra del Vietnam sia stata persa dagli Stati Uniti nel momento in cui i reporter hanno iniziato a raccontare con parole e immagini una guerra diversa da quella, edulcorata, raccontata dal governo e dal Pentagono e come quelle successive siano state spesso "guerre invisibili" perché interdette alla stampa, o guerre di propaganda perché le sole immagini mostrate erano quelle concesse dalle forze armate. L'ultima guerra irakena è stata oggetto di un'attenzione particolare perché presenta alcune caratteristiche di novità. Innanzi tutto per le tecniche di marketing che sono state utilizzate nella fase pre-bellica. Il meccanismo per "vendere le guerre" è semplice e banale: costruire e rafforzare una sensazione diffusa di paura; indurre, sfruttando il timore di attacchi terroristici, un incremento dei giusti sentimenti di sicurezza fino a produrre una richiesta di misure di sicurezza forti, e magari estreme, anche a discapito delle libertà individuali;

Baghdad, ospedale di Al Kindy: vittime dei bombardamenti (foto P. Gigli)





Vittime dei danni collaterali della guerra in Iraq in attesa di chiedere il risarcimento all'ufficio preposto dell'esercito USA (foto P. Gigli)

“ i giornalisti da testimoni sono diventati materia di scambio ”

creare stati di paranoia fino a giungere ad una diffusa accettazione dell'idea che solo una guerra preventiva possa eliminare il pericolo. È chiaro che per ottenere questi risultati è necessario che l'agenda dei media e la loro visione degli eventi coincida il più possibile con quella governativa, il che significa un'azione continua e incisiva nei confronti delle testate.

L'ultima Guerra del Golfo è interessante anche per un'altra ragione: ha prodotto una grande quantità di immagini che, a differenza dei casi precedenti, provenivano da una pluralità di fonti. In primo luogo i giornalisti *embedded*, incorporati nelle unità militari: vestiti da militari, ai comandi dei militari, guidati dai militari hanno informato con i criteri di professionalità che si possono mantenere in questi casi di forte contiguità. Poi i giornalisti *unilateral*, quelli presenti all'interno del fronte non incorporati in unità militari: hanno rischiato molto per fornire immagini e informazioni non controllate dai vertici militari, importanti documentazioni che difettavano, necessariamente, di una visione di insieme. Infine un centinaio di giornalisti rimasti a Baghdad: hanno raccontato la guerra dall'interno della città che doveva essere conquistata.

Due altre novità. La prima è la presenza significativa di giornalisti di testate arabe le cui notizie sono state spesso riprese anche da altre testate, legittimando definitivamente il ruolo autorevole dell'informazione araba. A questo proposito Abdel Bari Atwan - che nel 1996 ha intervistato Bin Laden e che oggi è direttore di uno dei più autorevoli quotidiani arabi, Al Ouds Al Arabi - ha detto che se fino a un paio di anni fa per ottenere un'intervista con un ministro di una potenza occidentale doveva rimanere in lista d'attesa per anni, oggi sono i leader di questi stessi Paesi che lo cercano per essere intervistati. La seconda novità sono i *blog* redatti da giornalisti o da altri testimoni che fornivano un'informazione non sottomessa ad alcun controllo della quale era però difficile verificare l'attendibilità. Non è forse un caso che la seconda Guerra del Golfo sia stata, con-

temporaneamente, la guerra con il maggior numero di fonti di informazione e con il maggior numero di reporter uccisi sul campo. Ai 14 reporter morti durante il conflitto "ufficiale" si devono aggiungere tutti quelli uccisi nella fase successiva, tra i quali il nostro Enzo Baldoni. Questo conflitto ha anche rappresentato una novità da altri punti di vista. Le testate informative hanno assunto un ruolo talvolta di mediazione, talaltra di veri e propri soggetti politici su singoli fatti, come i sequestri: da media che rappresentano gli eventi a soggetti che li promuovono direttamente. L'altra caratteristica da sottolineare è che i giornalisti da testimoni degli eventi - quindi in qualche maniera tollerati dalle varie parti in conflitto - sono diventati materia di scambio attraverso la pratica dei sequestri. Non possiamo non ricordare l'avventura di Giuliana Sgrena con il suo incredibile epilogo e quella di Florence Aubenas e del suo interprete irakeno Hussein Hanun, non ancora conclusa nei giorni del convegno (14 e 15 marzo).

Oggi più di ieri il racconto giornalistico dei conflitti è considerato strategico da tutte le parti in causa. È sufficiente ricordare come caso emblematico che l'attentato dell'11 settembre è stato costruito con tecniche mediatiche di elevato livello di notiziabilità transnazionale. I diciotto minuti intercorsi tra le deflagrazioni dei due aerei sono stati sufficienti perché le varie postazioni televisive si fossero fissate sull'immagine delle torri e riprendessero in diretta il secondo scoppio, così come avviene nelle riprese televisive di eventi programmati. Se c'è chi vuole che il conflitto venga interpretato come un'azione di espansione di democrazia c'è chi, contemporaneamente, veicola messaggi che tendono ad interpretare ciò come una nuova crociata contro il mondo islamico. Il conflitto riguarda anche il significato da attribuire agli eventi: decidere chi delle parti in causa è il barbaro influenza sicuramente i sentimenti che le opinioni pubbliche internazionali avranno nei confronti del conflitto stesso.

Le possibilità offerte dalle nuove tecnologie, tra le quali i telefoni satellitari a disposizione dei corrispondenti, e l'influenza dei mezzi di comunicazione di massa sono rilevanti in questa battaglia all'ultimo sangue per il controllo del significato da attribuire agli eventi. E i giornalisti sono stretti tra il dovere professionale di raccontare la realtà e la ricerca delle condizioni minime per potere realizzare con serenità, credibilità e autorevolezza questo compito, nella consapevolezza che il loro sguardo è sempre meno tollerato da ciascuna delle diverse parti in conflitto. ■