

Distrugete Obama

di Umberto Zona

U

N GURU della comunicazione è il prossimo nemico di Barack Obama. A rafforzare l'idea che il candidato democratico sia ormai il più autorevole pretendente alla presidenza degli Stati Uniti giunge la scesa in campo: Karl Rove. Il regista della doppia elezione di George W. Bush ha deciso, dopo qualche titubanza, di assumere il comando dell'entourage di John McCain e, in occasione del Republican National Committee, ha tenuto una vera e propria lezione agli elettori vip convenuti al Beverly Wilshire Hotel di Los Angeles per finanziare la campagna elettorale del Gop, i repubblicani. Con l'aiuto di grafici e diapositive, Rove ha illustrato alla platea i cinque pun-

KARL ROVE HA GESTITO

LA COMUNICAZIONE

DI GEORGE W. BUSH.

ADESSO SI ALLENA

A GIOCARE CONTRO

OBAMA, CHE PREPARA

LE SUE CONTROMOSSE.

ECCO IL MODELLO USA

ti deboli di Obama e si è impegnato a trasformarli in altrettante armi per McCain, al quale ha raccomandato di impernare tutta la campagna elettorale sull'inaffidabilità e l'inconsistenza del senatore dell'Illinois.

Obama non disporrebbe di alcuna delle prerogative che si addicono a un comandante in capo in tempi di guerra al terrorismo: non sarebbe duro e determinato con i nemici degli Stati Uniti, bensì pericolosamente dialogante e incline al compromesso; sarebbe congenitamente incerto e incapace di prendere decisioni, tanto che da senatore non si è schierato quasi mai a favore o contro i provvedimenti in discussione; la sua storia personale e familiare, inoltre, lo colloca lontano anni luce dai valori fondanti americani [patria, famiglia e business]; è portatore di un messaggio politico «indisciplinato» e contraddittorio, oltre a essere inesperto, come testimonia il suo curriculum politico breve e piatto.

Su queste cinque vulnerabilità, Rove ha già costruito lo slogan con il quale tormenterà Obama nei prossimi mesi: «È leggero come l'aria», «senza capacità di leadership» e, quel che è più grave, questa evanescenza del candidato nero sarebbe dettata, oltre che da lacune personali, dalla necessità di occultare le sue vere propensioni politiche, che sarebbero molto più di sinistra di quanto facciano intendere i proclami bipartisan e gli appelli all'unità della nazione.

Questa strategia comunicativa particolarmente aggressiva è perfettamente in linea con il personaggio Rove, architetto, fin dai tempi di Ronald Reagan, di tutte le più importanti campagne elettorali dei re-

pubblicani, e mente del più «eversivo» dei think tank neocon, quel Project for a New American Century che organizzò l'ascesa fraudolenta di George W. Bush alla Casa Bianca.

Rove è un maestro nel gioco sporco, non ha scrupoli di alcun tipo e due episodi dovrebbero preoccupare in particolare lo staff di Obama: la vicenda del «Cia-gate», esplosa in seguito alla fuga di notizie che svelò chi c'era dietro allo pseudonimo di Valerie Plame [la cui identità di agente segreto venne rivelata alla stampa per ritorsione contro i dubbi espressi dal marito sull'opportunità della guerra in Iraq], il cui ispiratore sarebbe stato proprio Rove. E soprattutto la mancata rielezione in Georgia, nel 2002, del senatore democratico Max Cleland, pluridecorato eroe del Vietnam, dato per sicuro vincente e invece finito nel tritacarne di Rove, che lo dipinse, attraverso una serie di spot diffamatori, come alleato segreto di Osama Bin Laden e Saddam Hussein. Alla fine fu eletto il candidato repubblicano Saxby Chambliss, che si giovò, secondo molti, anche dei voti truccati garantiti dalla Diebold.

Contro Rove, Obama può schierare però il più influente e intelligente stratega politico democratico, David Axelrod, che proprio sulle presunte cinque vulnerabilità individuate da Rove ha costruito l'inarrestabile ascesa mediatica di Obama. Dal look dimesso e arruffato [leggendari i suoi improbabili cravattoni anni settanta] con alle spalle un passato da contestatore e una serie impressionante di successi elettorali – tra i quali quello, in Massachusetts, di un altro senatore nero, il giovane Deval Patrick – Axelrod è un uomo colto e raffinato ma astuto e spregiudicato quanto Rove. Ideatore dello slogan «Yes, we can», Axelrod è riuscito fin qui nella missione apparentemente impossibile di costruire l'autorevolezza del personaggio Obama proprio sulla leggerezza e l'indeterminatezza delle sue prese di posizione politiche, coniugando sapientemente retorica e pragmatismo, buoni sentimenti e buon senso, disegnando un



Barack Obama, candidato alle primarie del Partito democratico negli Stati Uniti

The american candidate

IL FILM HOLLYWOODIANO definitivo sul rapporto tra consenso e comunicazione è «**Quarto potere**» di Orson Welles, del 1941. Qualche anno dopo, e siamo già agli anni cinquanta, John Frankenheimer ha girato «**Và e uccidi**» [il remake del 2004 di Jonathan Demme con Denzel Washington in Italia ha preso il titolo originale, «**The manchurian candidate**»]:



racconta la storia di un militare che subisce il lavaggio del cervello perché non ostacoli la corsa alla Casa Bianca di un candidato spietato. È del 1976 «**Tutti gli uomini del presidente**» di Alan J. Pakula, con Dustin Hoffman e Robert Redford: ricostruisce il caso Watergate, che costò le dimissioni a Richard Nixon. Warren Beatty nel 1998, in piena epoca clintoniana, ha girato «**Bullworth**», la storia di un deputato democratico che all'improvviso, in piena campagna elettorale, comincia a dire la verità a ritmo di rap. Nello stesso anno è uscito «**I colori della vittoria**», di Mike Nichols, in cui i personaggi di John Travolta ed Emma Thompson sono ispirati esplicitamente a Bill e Hillary Clinton. Nell'era di George W. Bush è arrivato «**Sesso e potere**», di Barry Levinson, con Robert De Niro e Dustin Hoffman: per coprire uno scandalo sessuale, il presidente e il suo staff scatenano una finta guerra in Albania a uso e consumo dei mass media. Con eroi nazionali e funerali di stato...

immagine del futuro presidente degli Stati Uniti rassicurante e molto «pop», affidabile proprio perché affiancata da vincoli ideologici e di schieramento. Axelrod può contare, per portare a termine l'impresa, su un impressionante staff di cervelli, che si preoccupano di dare sostanza a questa strategia essenzialmente mediatica, incardinata sul potere seduttivo della parola.

Particolarmente agguerrita è la squadra che si occupa di politica estera - un team di 250 persone suddivise in dieci task force - al cui vertice siede il Premio Pulitzer Samantha Power, profeta del «pacifismo armato» [la teoria che legittima sul piano etico l'intervento militare per prevenire massacri etnico-religiosi], affiancata da un nugolo di «senior advisor» che certo non sfigurerebbero sul versante repubblicano: Daniel Shapiro, noto falco in tema di Medio Oriente, sostenitore dell'intervento armato contro la Siria e gli Hezbollah, nonché uomo di punta della comunità ebraica d'America; il generale in congedo Scott Gra-

tion, che è stato comandante della task force West in Iraq; Anthony Lake, altro interventista della prima ora, ex consigliere per la Sicurezza nazionale di Bill Clinton. La musica non cambia a proposito degli analisti economici scelti da Obama, provenienti in larga parte dal circuito accademico neodem e capitanati dal giovane Austan Goolsbee, professore dell'università di Chicago formatosi alla scuola liberista di Milton Friedman. **C'è da scommettere che Axelrod, quando il gioco si farà duro, mobiliterà le sue falangi per dotare Obama della caratura di comandante in capo e, conoscendo la sua spregiudicatezza, potrebbe affiancare al visionario Barack un mastino da candidare alla vicepresidenza.** Un nome circola già con una certa insistenza, ed è di quelli che faranno breccia nei titoli dei giornali: si tratta del senatore della Virginia Jim Webb, veterano del Vietnam ed ex ministro della marina militare di Ronald Reagan. ■