

Sesso e potere (Wag the Dog)



Produzione Usa 1997

Regia: Barry Levinson

Sceneggiatura: Hilary Henkin e David Mamet

Soggetto: dal romanzo *American Hero* di Larry Beinhart

Durata: 105 minuti

Con: Dustin Hoffman (Stanley Motss) e Robert De Niro (Conrad Brean).

Trama: in piena campagna elettorale il presidente degli Stati Uniti è accusato di aver molestato una *girl scout* alla Casa Bianca. Il fatto deve essere occultato, almeno fino alla fine delle elezioni, e l'unico modo per farlo è deviare l'attenzione dell'opinione pubblica. Come? Per risolvere il problema lo staff della Casa Bianca si affida a Conrad Brean, un esperto di propaganda, il quale a sua volta chiede la collaborazione di un produttore di Hollywood: Stanley Motss. I due capiscono che l'unico modo per distogliere gli americani dallo scandalo sessuale è di inventare una guerra contro un paese sconosciuto alla popolazione statunitense: l'Albania. Il team di Motss ricrea ogni elemento della comunicazione bellica in modo spettacolare e cinematografico: un video dei bombardamenti, un soldato miracolosamente scampato che poi diventerà un eroe, una raccolta fondi e una commemorazione pubblica. Il piano è perfetto perché tutte queste costruzioni, amplificate dalla ridondanza dei media, attirano l'attenzione degli americani; il presidente è scampato al pericolo. Quando, però, cala il sipario, il produttore cinematografico si rende conto di avere creato un prodotto degno del Premio Oscar e minaccia di presentarlo al pubblico per avere il suo momento di gloria. Il film finisce con l'annuncio della morte per infarto di Motss e la rielezione del presidente in carica.

Commento: Nella società dello spettacolo è sempre più difficile distinguere tra realtà e visibile, poiché le immagini sono generalmente considerate prove. Il film narra di una televisione che lungi dal riprodurre esclusivamente la realtà, possiede capacità manipolative utili per sostenere i più oscuri e abietti giochi di potere. In *Sesso e potere*, come in *Capricorn One*, abbiamo l'estremizzazione massima di questo aspetto: un evento di portata mondiale come una guerra è elettronicamente costruita *ex novo* e fatta passare per vera attraverso le immagini televisive. Il fantomatico conflitto in questione vede come protagonisti gli Stati Uniti e l'Albania, nazione di cui si sa ben poco e che pochi americani saprebbero collocare sulla carta geografica. La scelta del paese sconosciuto è paradigmatica per capire i metodi di elaborazione e di ricezione di un messaggio mediatico; infatti il pubblico è più propenso ad accettare il punto di vista dei giornalisti quando si tratta di notizie provenienti da aree di cui hanno scarsa esperienza personale. Il personaggio di Brean, interpretato da De Niro, ripete in continuazione durante tutto il film: «L'ha detto la tv». L'espressione è la chiave del film e significa che l'avvenimento in questione esiste e acquista autorevolezza attraverso il mezzo televisivo. Lo stesso messaggio, però, divulgato a mezzo stampa non avrebbe la stessa attendibilità, perché non accompagnato dall'elemento che attribuisce veridicità nella società moderna: l'immagine. Per ricreare il conflitto il team di Brean costruisce *ex novo* un villaggio albanese e per rendere verosimile

l'attacco vengono utilizzati tutti gli stereotipi di una guerra: un paesino bombardato, la ragazza albanese che fugge, soldati feriti, le sirene che annunciano i bombardamenti e soprattutto un eroe. Tutti questi luoghi comuni non è detto che esistano realmente, ma la maggior parte delle persone non possiede un'esperienza diretta della guerra; lo spettatore medio, quindi, ha la mente affollata di immagini belliche provenienti da televisione e cinema. La particolarità di questo film risiede anche nei riferimenti alla Guerra del Golfo, cosa hanno saputo i cittadini americani del primo attacco contro Saddam? La risposta è alquanto deludente ed è perfettamente espressa nel film: «Un video mostra una bomba che cade in un camino e il palazzo salta per aria, magari è stato fatto con il Lego». Anche Jean Baudrillard aveva provocatoriamente dichiarato che la Guerra del Golfo non è mai esistita, l'era della televisione ha creato un paradosso per cui uno dei conflitti più visti di sempre, in realtà è stato il meno visto.¹ Il tema della pellicola è la potenzialità manipolativa della televisione che ha la pericolosa capacità di occultare notizie scomode semplicemente attraverso la messa in scena di argomenti, di diversa natura, più interessanti per il pubblico. In questo caso, infatti, creare una guerra doveva servire a coprire uno scandalo sessuale che aveva come protagonista il Presidente degli Stati Uniti.² Lo scopo era di rendere insignificanti le prestazioni erotiche del Capo dello Stato, vista la gravità della situazione internazionale. Nei notiziari di *Sesso e potere* nessuno mette in dubbio che le notizie riguardo l'Albania possano essere false, anzi danno allo spettatore la sensazione che quello che vede è vero quando in realtà è solo una ricostruzione. La televisione può mentire e falsare la verità, esattamente come qualsiasi altro strumento di comunicazione. La differenza è che la forza di veridicità insita nell'immagine rende la menzogna più efficace e quindi più pericolosa.³

(Maria Luna Bonacci)

¹ J. Baudrillard, "La Guerra del Golfo non avrà luogo", in *Guerra virtuale e guerra reale: riflessioni sul conflitto del Golfo*, Mimesis, Milano 1991.

² Paradossalmente la situazione imbarazzante che fa da motore alla narrazione del film, cioè l'avventura sessuale del presidente, aveva dei riferimenti inaspettati alla vicenda del *sexgate* di Bill Clinton. La pellicola, tuttavia, era in lavorazione quando scoppiò lo scandalo, quindi siamo portati a pensare che si tratta di una coincidenza.

³ G. Sartori, *Homo videns*, Laterza, Bari 1997, p. 69.