

# Storia e Futuro

Rivista di storia e storiografia

Guerra e propaganda:  
tra vecchie strategie e nuovi strumenti della comunicazione

Massimo Chiais

Nel vasto contesto delle discipline inerenti le scienze strategiche e lo studio della guerra nelle sue disparate manifestazioni, la gestione della comunicazione e dell'informazione in termini propagandistici rappresenta un elemento di sicuro interesse non solo per quanto attiene alle guerre classiche, ma anche alle cosiddette "nuove guerre", o alle "guerre asimmetriche". Particolarmente in merito a queste ultime, ci si trova a considerare quanto proprio gli strumenti della persuasione e della propaganda, attraverso un utilizzo mirato dell'elemento informazione, rappresentino una costante, un punto di contatto tra passato e presente<sup>1</sup>. Fatto questo tanto più importante, in quanto proprio questa continuità, attualizzando alcuni aspetti della storia, anche di quella antica, consente di valutare sotto ottiche completamente differenti le componenti propagandistiche e la scelta degli strumenti dei quali ci si serve nella contemporaneità, la loro funzione, la scelta delle modalità operative. Per il suo carattere dinamico ed imprevedibile, per la creatività che ne costituisce una componente essenziale, per la poliedricità delle sue possibili applicazioni così come per l'infinita gamma delle sue modalità espressive, per la sua natura così intimamente legata alle componenti psicologiche e sociali, e, non ultimo, per la versatilità che deriva da una pressoché totale assenza di regole condivise o codificate, la comunicazione persuasiva risulta infatti un elemento assolutamente atipico, difficilmente classificabile se non in termini generali, al punto da rappresentare per se stesso quasi l'emblema dell'asimmetria per quanto attiene all'uso di strumenti non convenzionali<sup>2</sup>. Tali strumenti, pur di fronte al modificarsi delle tecnologie disponibili, tendono tuttavia a mantenere nel tempo caratteristiche, modalità e finalità invariate e, proprio per questo, si trasformano in interessanti "oggetti" di ricerca.

Parlare, dunque, dell'importanza della comunicazione e della sua deriva propagandistica come di un elemento fondamentale nella gestione delle nuove guerre, significa ragionare intorno a numerose e complesse problematiche, tra le quali primeggiano quelle relative all'originalità degli strumenti propagandistici, alle tipologie dei linguaggi, alle risposte date dall'opinione pubblica di fronte a determinate azioni propagandistiche, e specialmente alla ripetitività tanto delle metodologie impiegate quanto proprio dei *feed back* dei destinatari in tutte le epoche, anche quelle più lontane.

In un tentativo di modellizzazione degli strumenti e dei temi portanti della comunicazione persuasiva, l'attenzione non può che essere rivolta, allora, alla ricerca storica delle manifestazioni propagandistiche del passato ed alla loro collazione con i fatti più recenti, tesa ad individuare gli elementi di contatto per meglio comprendere ed analizzare le attuali strategie di elaborazione del messaggio.

Il primo fattore rilevante di tale ricerca è dato dalla possibilità di individuare alcuni temi portanti della propaganda, riproposti ininterrottamente nel corso della storia. E in questo senso assume un'importanza particolare quello dell'individuazione di un nemico e della sua demonizzazione, in una sorta di "pubblicità comparativa" volta a screditare l'avversario e tesa all'annientamento della sua immagine, con la conseguente proposta di un valido antagonista, che banalmente assume le vesti del mittente del messaggio propagandistico<sup>3</sup>. Nella realtà non importa

---

<sup>1</sup> Tracciare una storia della propaganda nei secoli è impresa estremamente complessa, in considerazione della vastità dell'argomento e delle molteplici caratteristiche e dinamiche che potrebbero diventare materia di studio. In merito una traccia può venire dall'agile volumetto di Ellul (1983), che tuttavia, pur iniziando dall'antichità greco-romana, si ferma al secondo conflitto mondiale. Si spinge oltre Pizarro Quintero nel 1990, che nel 1991 arriva ad analizzare le operazioni di propaganda durante la Prima guerra del golfo.

<sup>2</sup> L'uso di armi non convenzionali è uno degli elementi che contraddistinguono il concetto di "guerra asimmetrica". La "asimmetria", per quanto concerne i mezzi finalizzati al trasferimento di una comunicazione persuasiva, si muove sostanzialmente su tre binari: l'utilizzo di procedure e strumenti che trascendono l'ambito militare in senso stretto; il ricorso a teorie, strategie e tecniche proprie della "guerra rivoluzionaria" e del terrorismo; un approccio etico che poco concede agli ideali largamente assimilati dalla gran parte dell'opinione pubblica, e che proprio in funzione di questa può modificare il messaggio per colpirla o accattivarsene il consenso.

<sup>3</sup> Riprendendo la dottrina relativa alle tecniche di guerra psicologica e disinformazione dell'Unione Sovietica, in tutto simili ed ampiamente utilizzate anche nei paesi del blocco occidentale, Gérard Chaliand traccia uno schema operativo di questo iter propagandistico. "Demonizzazione dell'avversario presentato come aggressivo, fautore di guerre e implicato nell'appoggio di regimi impopolari e corrotti. Corollario: presentarsi come fautori della pace, dell'amicizia tra i popoli e schierati per l'emancipazione di questi. Sforzi ripetuti per isolare l'avversario dai suoi alleati più vicini. Appoggiarsi su

troppo se tale nemico esista veramente e se questo rivesta i caratteri di pericolosità che gli si attribuiscono. Ciò che conta, infatti, è riuscire a costruirne un'immagine artefatta in grado di incidere innanzitutto sulla percezione del pubblico al quale ci si riferisce, al fine di generare reazioni fortemente negative e oppostive, tali da suscitare, giustificare e legittimare un'opposizione anche violenta, collettiva e generalizzata.

Gli esempi in tal senso sono numerosissimi, al punto da costituire il vero tema centrale di ogni operazione propagandistica. Esempi che affondano le loro radici nelle *Storie* di Erodoto, laddove lo storico, raccontando di come Pisistrato riuscì ad assumere la tirannide, pone in evidenza lo stratagemma di una aggressione simulata tale da convincere gli ateniesi dell'imminente pericolo per se stesso e per la città intera<sup>4</sup>. Di natura non diversa gli scritti della propaganda anticristiana dei primi secoli, laddove per Celso è importante descrivere il nemico cristiano come subdolo e corrotto, una sorta di *agit-prop* perennemente impegnato a tramare contro l'ordine costituito, sobillando le categorie dei più deboli e degli emarginati<sup>5</sup>. Cristiani, prima, pagani, poi, vengono caratterizzati negli scritti e nell'iconografia popolare dei loro oppositori alla stregua di esseri animati solo dagli istinti peggiori, e non è certo un caso che entrambe, a seconda dell'epoca e delle fortune, siano stati descritti come brutali assassini, stupratori e infanticidi, dediti a rituali orrendi e a pratiche lascive. La "turpitudine" dell'avversario è motivo ricorrente negli scritti degli apologeti cristiani, specialmente dopo il IV secolo, ma diventa un *leit motiv* della propaganda inneggiante alla "guerra santa contro gli infedeli" durante le crociate, avvalorando una similitudine tra pagani, islamici e demoni, caratterizzati da una crudeltà senza limiti che li accomuna nell'essere l'immagine stessa del Male assoluto. Lo stesso discorso di Urbano II durante il Concilio di Clermont del 1095, al quale si è soliti attribuire il valore di fondamento della prima crociata e di quelle successive, è un vero esempio di demonizzazione del nemico in funzione propagandistica, volto a suscitare emozioni forti e conseguenti reazioni<sup>6</sup>. Cosa determina poi la "grande paura" nella Francia rivoluzionaria, se non il timore di una unione tra il nemico esterno e quei pericolosi "esuli", forza occulta ma immanente, descritta dal potere politico come pronta a colpire per punire il popolo francese? Al punto da giustificare una politica del terrore, basata proprio sulla necessità di individuare e sopprimere un avversario più ideale che reale, la cui presunta esistenza bastava a legittimare una politica repressiva finalizzata al mantenimento del potere, certo più che allo sbandierato "bene della nazione". Fino a momenti di vera e propria isteria collettiva, quali quelli dei massacri nelle prigioni della capitale<sup>7</sup>.

---

organizzazioni internazionali manipolate o influenzate e su personalità di spicco favorevoli. Utilizzo di falsi documenti nel quadro di una propaganda che unisca tecniche clandestine e propaganda aperta. Infine, combinazione di azioni armate su determinati teatri, azioni umanitarie su altri, il tutto supportato dall'autocelebrazione della convinzione nella vittoria finale", in Chaliand 1992, 12.

<sup>4</sup> "Feri se stesso e le proprie mule e poi spinse il carro nella piazza centrale fingendo di essere sfuggito ad un agguato di nemici che, a sentire lui, avrebbero avuto la chiara intenzione di ucciderlo mentre si recava in un suo campo; chiese pertanto che il popolo gli assegnasse un corpo di guardia, anche in considerazione dei suoi meriti precedenti", Erodoto 1990.

<sup>5</sup> Nella sua invettiva, peraltro fortemente propagandistica, Origene attribuisce a Celso queste dichiarazioni: "I loro ordini sono di questo genere: 'Nessuna persona colta, saggia o sensibile si avvicini; riteniamo infatti che queste qualità siano dei mali. Si avvicini invece con decisione chiunque sia ignorante, stupido, incolto, qualunque bambino'. Essendo loro stessi ad ammettere che queste persone sono degne di Dio, mostrano di volere ed essere capaci di convincere solo i pazzi, gli indegni, gli stupidi, e solo gli schiavi, donne e bambinetti. [...] Inoltre vediamo che quelli che mostrano i loro trucchi sulle piazze dei mercati e vanno in giro mendicando. [...] Anche nelle case private vediamo cardatori, calzolai, lavandai e i bifolchi più analfabeti, che non oserebbero proferir verbo di fronte ai loro padroni più anziani e intelligenti. Ma ogni volta che trovano in privato dei bambini, e delle donne stupide con loro, incominciano a dare ammonimenti strabilianti, come ad esempio che non devono prestare attenzione alcuna al padre e al maestro di scuola, ma che comunque debbono obbedirgli. [...] ma i più audaci spingono i bambini a ribellarsi." Origene 1971.

<sup>6</sup> Vi sono alcune versioni del discorso di Urbano II, leggermente discordanti tra loro più nella forma che nei contenuti, le più note delle quali sono quelle di Roberto il Monaco, Baldric di Bourgueil, Fulcherio di Chartres e Guibert di Nogent. Si veda in merito Phillips 2004.

<sup>7</sup> "Il Comune di Parigi si affretta a informare i suoi fratelli dei dipartimenti che una parte dei feroci cospiratori detenuti nelle sue prigioni è stata messa a morte dal popolo: atto di giustizia che gli è sembrato indispensabile per infrenare col terrore, nel momento in cui esso stava per marciare sul nemico, intere legioni di traditori nascosti tra le sue mura; senza

L'avvento della società di massa e, con questa, dei moderni sistemi di comunicazione, renderà ancor più importanti le strategie di destrutturazione e ricostruzione in negativo dell'immagine dell'avversario, ma in tal senso, sebbene il primo conflitto mondiale rappresenti una palestra per la sperimentazione delle nuove tecniche di diffusione del messaggio propagandistico, ci si rende conto di come i temi forti, i linguaggi e le forme di questo genere di propaganda rimangano invariati. È proprio nell'analisi delle tematiche propagandistiche relative alla demonizzazione del nemico e inerenti il XX secolo e l'inizio del successivo, in rapporto a quelle dei secoli precedenti, che si può definire un modello ricorrente nell'immagine pubblica dell'avversario offerta dagli antagonisti. Il XX secolo, infatti, proprio per la generalizzazione dell'elemento propagandistico e per la sua diffusione sempre più tendente ad uno scenario globale, evidenzia ed amplifica gli espedienti da sempre utilizzati per demonizzare l'avversario e renderlo "odioso" al punto da produrre sentimenti ostili, ma al contempo sottolinea la limitatezza nel campionario delle figure utilizzate. Così, al pari dei "persiani" dediti alla devastazione delle terre conquistate "con il ferro, la rapina e il fuoco" indicati da Urbano II a Clermont come nemici della cristianità, nell'immagine offerta dalla propaganda e da certa faziosa storiografia, ogni esercito "nemico", a tutt'oggi, ripropone stilemi invariati: che si tratti dei tedeschi invasori nel corso dei due conflitti mondiali, piuttosto che dei sovietici in movimento verso il cuore dell'Europa negli ultimi mesi del conflitto, o degli americani nella risalita dell'Italia dopo lo sbarco in Sicilia; dell'immagine dei vietcong alimentata dagli Usa per accattivarsi l'opinione pubblica occidentale durante il conflitto vietnamita, piuttosto che di quella dei marines americani proposta in Cambogia e Vietnam nello stesso periodo; dell'esercito iracheno in Kuwait nel 1990 e di quello serbo negli anni successivi; dei talebani, di al-Qaeda e dei suoi leaders, e via dicendo. Al modificarsi dell'angolo visuale, al modificarsi del campo di appartenenza di chi trasmette il messaggio e del suo destinatario, cambia l'artefice dei misfatti, che tuttavia restano i medesimi, così come non mutano i giudizi ai quali è chiamato il pubblico al quale ci si rivolge<sup>8</sup>.

Da qui lo spunto per evidenziare un ulteriore elemento di identità nelle dinamiche propagandistiche, quello cosiddetto della *atrocità propaganda*. Perché se è vero che il nemico deve esistere e deve essere enfatizzata la sua alterità, può non essere sufficiente il fatto di rappresentarlo semplicemente come "altro", diverso, rispetto ad una realtà nota. È essenziale che questa alterità venga rappresentata nella sua accezione più alta e assoluta, laddove la diseguaglianza non si limita ad un fatto esteriore, ma coinvolge l'essenza stessa dell'essere rapportata a criteri altrettanto assoluti come quelli di Bene e Male. Destruire il nemico significa allora scomporre le caratteristiche e ricostruirlo nella sua immagine di Male totale, che si estrinseca attraverso comportamenti inumani, inaccettabili, indegni del genere umano e di fronte ai quali non sono possibili né l'accettazione né il disimpegno. Ogni azione del Nemico è improntata al Male assoluto, di cui è personificazione, e a dimostrarlo sono le atrocità commesse, nelle quali l'immagine e la promessa continua di nuove incalcolabili efferatezze altro non sono se non, come nel fenomeno terroristico, "l'evocazione e

---

dubbio la nazione intera, dopo la lunga serie di tradimenti che l'hanno condotta sull'orlo dell'abisso, si affretterà ad adottare questa misura di salute pubblica così necessaria", Circolare del Comitato di sorveglianza di Parigi del 3 settembre 1792, in Hobsbawm 1963, Tav. 7.

<sup>8</sup> Ancora una volta è interessante confrontare il discorso di Urbano II con i temi della propaganda contemporanea, in una collazione delle argomentazioni volte a denigrare il nemico, a generare timore nei suoi confronti e a determinare ostilità. In molta parte le accuse di barbarie mosse ai propri avversari in epoca contemporanea, da qualunque parte queste siano venute, non si differenziano troppo rispetto a quelle attribuite ai "persiani" da Urbano, secondo il quale: "distruggono gli altari dopo averli sconsigliatamente profanati, circoncidono i cristiani e spargono il sangue della circuncisione o sopra gli altari o lo versano nelle vasche battesimali; e a quanti vogliono condannare con una morte vergognosa, perforano l'ombelico, strappano i genitali, li legano a un palo e, percuotendoli con sferze, li conducono in giro sinché con le viscere strappate cadono a terra prostrati. Taluni li legano ai pali e li bersagliano di frecce; ordinano ad altri di scoprirsi il collo e li attaccano a spada sguainata, vedendo se sono capaci di spiccar loro la testa con un colpo solo. Che dire sulla nefanda violenza recata alle donne, delle quali peggio è parlare che tacere?". Difficile non riscontrare tematiche note e sempre attuali, di volta in volta riproposte, anche recentemente, in riferimento agli appartenenti a questo o quell'altro "asse del Male".

l'ombra allusiva di una infinita violenza possibile" (Marletti 1979, 187). La storia del Novecento è quanto mai ricca di racconti "truculenti" frutto di una ben controllata attività di *atrocità propaganda*, aventi per protagonisti, come già nelle epoche passate, i soggetti ritenuti più deboli in tutti i complessi sociali, vale a dire le donne e i più piccoli. Ne sono esempio le manine mozzate del bambino belga durante il primo conflitto<sup>9</sup>; oppure la storia dei bambini vietnamiti, ai quali i vietcong avrebbero amputato il braccio sul quale era stata effettuata dai medici statunitensi una vaccinazione; oppure ancora la notizia delle collane fatte, ancora una volta e non a caso, con le dita dei bambini serbi dai croati, o quella relativa ai bimbi gettati in pasto ai leoni dello zoo di Sarajevo dai fondamentalisti islamici (Fracassi 2003). Quanto poi alla violenza sulle donne, al di là della verosimiglianza delle accuse e di una effettiva consuetudine di antica memoria, spesso il racconto sembra andare ben al di là della realtà. Come nell'altro celebre episodio usato dalla propaganda antitedesca durante la Prima guerra mondiale, nel quale i soldati invasori avrebbero occupato un convento di suore, violentandole sui tavoli del refettorio; oppure nelle affermazioni del giornale serbo "Politika", secondo il quale, nella fase immediatamente precedente il conflitto etnico nella ex-Jugoslavia, gli albanesi "stupravano donne serbe a centinaia" (Fracassi 2003, 117); oppure ancora nella testimonianza di una "pallida ragazza dai capelli castani, per metà croata e per metà musulmana", della città di Teslic in Bosnia, rapita da irregolari serbo-bosniaci con la madre e una ventina di altre donne e violentate ripetutamente "tre volte al giorno, tutti i giorni per quattro mesi" (Shaker 2003, 372). Torture, uccisioni efferate, mutilazioni e così via riguardano naturalmente anche gli uomini, ma con un'attenzione differente: forse perché, in quanto maschi, vengono pur sempre ritenuti potenziali soldati o forse, più probabilmente, perché la violenza sui più deboli è certo maggiormente in grado di smuovere alla pietà, da un lato, solleticando nascosti aspetti di sadismo e voyeurismo, dall'altro.

Il terzo elemento ricorrente, strettamente connesso alla demonizzazione del nemico e alla *atrocità propaganda*, e a questi complementare, è dato dalla necessaria immedesimazione del mittente del messaggio propagandistico con l'idea stessa del Bene, logica contrapposizione al Male. La consequenzialità del fatto è evidente, ma più profondi sono spesso i meccanismi sottesi alla ricerca di consenso in questa lotta tra Dio e Satana. Perché molte volte, come nel già citato caso di Pisistrato, oppure per quanto concerne la Francia rivoluzionaria, chi si arroga il diritto di prendere le armi del Bene e combattere il Maligno, non è solo il campione di un ideale positivo, ma anche lo scopritore del complotto, colui che per primo si è accorto del pericolo, lo ha denunciato mettendo così in guardia il suo mondo dalle possibili future calamità e si accolla il compito faticoso di debellare, per tutti, il Nemico di tutti. Cosa poi si nasconda dietro a tanta filantropia non sempre è dato conoscere, e la storia insegna a diffidare di coloro i quali si propongono quali campioni della libertà, della pace, della democrazia. Anche in questo, il Novecento e i primi anni del XXI secolo evidenziano quanto, dietro tali atteggiamenti, si nascondano interessi economici, geo-politici, egemonici che poco si conciliano con un idealismo spesso solo di facciata. Certo assai interessante, ad esempio, è la valutazione dell'intervento nel primo conflitto mondiale da parte degli Usa alla luce delle attività di *intelligence* britanniche e dell'operato della Commissione Creel, l'attività della quale è ben sintetizzata da Walter Lippmann nel suo celebre saggio sull'opinione pubblica (1995). Attività che, con lo scopo di aizzare "la giusta collera del popolo" americano, si servì della propaganda nera per mutare l'atteggiamento di una nazione certo non bellicista<sup>10</sup> nel nome della

<sup>9</sup> La storia, concepita da un corrispondente di guerra del "Times" e poi perfezionata dalla propaganda francese, ottenne il massimo della popolarità e della diffusione, arricchendosi di particolari destinati ad accrescere l'emozione e lo sdegno. Autorevoli giornali riportarono l'episodio di un bambino, aggrappato alle vesti della madre, al quale alcuni soldati tedeschi avrebbero mozzato le braccia. Comparvero addirittura fotografie, assai poco chiare, del bambino e il 18 settembre 1915 "La Rive Rouge" in un disegno aggiunse il particolare dei soldati tedeschi che consumavano un pasto cannibale con le mani del bambino. L'intera questione venne successivamente smentita da una prima indagine, condotta dal cardinale belga Mercier, e da indagini successive il conflitto, che tuttavia non servirono a far cessare la leggenda e gli odi nati nel frattempo.

<sup>10</sup> Le elezioni presidenziali del 1916 avevano evidenziato come la maggior parte degli statunitensi fosse per il mantenimento della neutralità.

salvaguardia di un ideale democratico, quantomeno improbabile nell'Europa dell'epoca<sup>11</sup>. Il fatto che gli Usa conquistino una leadership internazionale indiscussa al termine del conflitto a danno del vecchio continente non può sembrare certo casuale. In quest'ottica, sebbene forse poco *politically correct*, possono certo essere lette numerose analoghe iniziative, quali le Guerre del golfo e la cosiddetta "guerra al terrorismo"<sup>12</sup>.

Ulteriore elemento di spicco nella elaborazione e gestione della cosiddetta "comunicazione persuasiva" è dato dall'uso di quelle che March Bloch (1994) definisce col termine di "false notizie" e che la più recente pubblicistica cataloga sotto l'etichetta del *news management* e del *news making*.

Anche da questo punto di vista, l'uso di false informazioni, voci tendenziose, notizie ed eventi manipolati ad arte, falsi documenti, non sono certo una novità e la storia del loro utilizzo ha spesso travalicato i secoli. Il caso più celebre è senza dubbio quello delle *False Decretali pseudo isidoriane*, all'interno delle quali trovò una collocazione d'onore il *Constitutum Constantini*, il falso documento elaborato presso la curia romana intorno al IX secolo per affermare il diritto papale sullo Stato della Chiesa e la sua supremazia sull'impero<sup>13</sup>. Benché la natura del documento sia certo assai differente, non è difficile cogliere le analogie tra questo scritto e i documenti relativi alle armi chimiche irachene usati dal primo ministro britannico Toni Blair e dal presidente degli Stati Uniti per giustificare l'intervento contro Saddam Hussein; oppure l'utilizzo funzionale dei *Protocolli dei Savi anziani di Sion*, atto di denuncia di una certo poco documentata Internazionale giudaica, con l'obiettivo di affermare il suo potere sul mondo.

Ma al di là dell'uso strumentale di falsi documenti, le caratteristiche del *news management* sono assai più estese ed evidentemente acquisiscono nel mondo attuale una funzione strategica fondamentale. La creazione di eventi propagandistici mantiene infatti inalterato il suo portato persuasivo e motivazionale, ma la diffusione che questo ottiene oggi attraverso un'informazione globale è in grado di colpire un target di dimensioni altrettanto globale, e in questo senso l'informazione che ne deriva rientra a pieno titolo tra quelle armi di "persuasione di massa" denunciate da Giovanni Paolo II in occasione della prima Guerra del golfo.

La similitudine tra gli eventi propagandistici del passato e quelli presenti è, come nei casi precedenti, assai chiara. I giochi circensi augustei ben poco differiscono, in termini di esaltazione e dimostrazione di potenza, rispetto alle grandi manifestazioni sportive contemporanee: che si tratti delle olimpiadi di Berlino del 1936, di quelle messicane del 1968 o dell'assegnazione "sponsorizzata" da una grande multinazionale di quelle di Atlanta nel 2000, poco importa.

Ciò che conta è invece la pratica, sempre più consolidata, di produrre notizie fittizie o manipolate ad uso dei media e, per ricaduta, dell'opinione pubblica. Un'opinione pubblica che i

<sup>11</sup> Si veda anche in merito il brano, comparso su "Foreign Affairs" nel gennaio 1932, riportato da Knightley 1978, 133.

<sup>12</sup> Proprio in merito alla iper-demonizzazione del proprio avversario da parte degli Usa, Franco Cardini su "Il Sabato" del 13 aprile 1991 scriveva a proposito della Guerra del golfo: "Facciamoci un po' caso: da che mondo è mondo non c'è popolo che non abbia avuto i suoi nemici, la storia è fatta così [...] Solo alla beata gente degli Stati Uniti è toccato in sorte di dover sempre contendere non già con avversari normali, bensì con demoni o con belve o con mostri, e loro, beninteso, non lo fanno mica per sé; ci mancherebbe, loro sono il San Giorgio dell'Umanità, il Superman per tutte le stagioni, il Capitano America per sempre, loro lottano e stanno sempre all'erta perché il Bene trionfi sul Male e sanno sempre esattamente, felici loro, dove l'uno e l'altro si collocano [...]. I suoi errori, le sue scappatelle, le ha sempre fatte a fin di bene e per commendevoli fini, quali il solleccito concludersi di un conflitto. Tutte le volte il popolo americano si è chiuso nel suo dolore, a meditar su se stesso; e il mondo, in punta di piedi, ha assistito all'edificante scena ed ha appreso infine, con un sospiro di sollievo, che il popolo americano si era puntualmente autoassolto. Il po' di male che fa lo fa per gli altri; e noi dobbiamo essergli grati. A lui il dominio mondiale non interessa: gli interessano solo la pace, il Progresso, la Libertà. Ne ho fin sopra i capelli di tanta virtù. Evviva la faccia di Clemenceau, il quale non ci metteva niente a dichiarare che una goccia di petrolio val bene una goccia di sangue, lui sì che faceva politica a misura d'uomo. Ma l'arrogante ipocrisia di questi, che pretendono sempre di agire in nome e per conto di Dio e che credono che tutti i loro nemici siano dei pazzi criminali avversari dell'Altissimo, proprio non li sopporto.", in Andriola 1991, 72.

<sup>13</sup> Tra i molti scritti sulla Donazione di Costantino, si possono vedere, oltre a Valla 1993, i saggi di De Leo 1974 e Vian 2004.

mezzi di comunicazione di massa hanno reso onnivora di fronte all'informazione, considerata alla stregua di un diritto acquisito, ma alla quale non corrispondono adeguati strumenti dialettici o cognitivi di analisi e di verifica. In altre parole un pubblico che tende a recepire, e percepire, in modo acritico gli innumerevoli messaggi provenienti dai media, trasformandone linguaggi e contenuti in stereotipi e certezze pronte per essere incamerate in un sentire collettivo che, a sua volta, genera consenso. Il connubio che deriva da questa inondazione di informazioni, accanto all'accresciuta domanda di intrattenimento, genera per conseguenza quel fenomeno conosciuto come *infotainment*, un po' informazione, un po' svago, che si trasforma a sua volta nel regno indiscusso del *news making* e della propaganda, grigia o nera<sup>14</sup> che sia a seconda delle necessità.

Molte sono le sfumature del *news making*, e anche in merito a questa pratica la differenza rispetto al passato consiste principalmente nelle diverse modalità di distribuzione e diffusione dovute alla tecnologia. Se evento furono le Crociate ufficiali, certo quella di Pietro l'Eremita venne utilizzata come strumento per la propaganda, al pari delle due crociate dei bambini, che pure raccolsero migliaia di pellegrini convinti che solo la purezza avrebbe potuto trionfare dove le armi avevano fallito. Evento fu il Risorgimento italiano, all'interno del quale però numerosissimi episodi, talvolta romanzati e spettacolarizzati, divennero parte di una retorica nazionalista destinata a produrre effetti e generare miti preso una disomogenea opinione pubblica. Ma, allo stesso modo, veri esempi di "costruzione della notizia" in termini propagandistici sono certamente da considerare le profezie e i "sogni" dei vescovi cristiani dei primi secoli, gli aneddoti connessi alle persecuzioni ed ai martiri dello stesso periodo, alcuni testi quali gli "Atti degli Apostoli", dall'evidente valenza propagandistica, al pari delle esaltazioni eroiche proposte da Tito Livio, volte all'enfatizzazione di un *mos maiorum* funzionale alla proposta augustea.

Cambiati i mezzi tecnici, mutato il *target* da raggiungere, globalizzata l'informazione, oggi il *news making* si muove attraverso il lavoro delle grandi agenzie internazionali di Pubbliche relazioni, molte delle quali offrono tra i loro servizi, ai governi ed alle aziende, quelli rivolti alla definizione, elaborazione e somministrazione di messaggi persuasivi, tali da modificare la percezione della realtà e degli eventi nell'opinione pubblica di aree particolarmente delicate<sup>15</sup>. Pratica consueta diventa dunque, come nel passato, l'elaborazione di messaggi dalle forti valenze emotive, che per tematiche, linguaggio, immagini, "stereotipi condivisi" possano veicolare ideali e percezioni manipolate della realtà, tali da indurre l'opinione pubblica ad assumere comportamenti conformistici e uniformati, garantendo un pieno consenso rispetto all'ideologia proposta. *Photo ops*<sup>16</sup>, filmati preconfezionati, "false notizie" diffuse attraverso i media che, autoreferenziali nel loro rapporto con l'opinione pubblica, ne garantiscono la veridicità: questi sono oggi gli strumenti usati per proporre all'opinione pubblica visioni e immagini di una pseudo realtà, da accettare per vera.

Un significativo esempio viene ancora una volta dalla prima Guerra del golfo, ma molto si è già scoperto, rimanendo in ambito bellico, a proposito dei conflitti successivi. Tra il 1990 e il 1991 l'agenzia statunitense Hill & Knowlton fu assoldata con un contratto da 11 milioni di dollari

---

<sup>14</sup> La distinzione tra propaganda bianca, grigia e nera viene fatta in funzione della maggiore o minore trasparenza del mittente e della chiarezza del messaggio. Se nella "propaganda bianca" l'uno e l'altro sono evidenti, in quella grigia il mittente può non essere chiaro e il messaggio non sempre si presta ad una lettura univoca. La "propaganda nera" è caratterizzata dall'incertezza relativamente al mittente, che il più delle volte è mistificato, mentre il messaggio può essere totalmente in contrasto con la realtà o con la percezione che deriva dalla sua ricezione.

<sup>15</sup> In questi termini si propone il Lincoln Group attraverso il suo sito Internet, ma una ricerca in rete permette di individuare molte altre agenzie specializzate in questo settore, in bilico tra l'informazione, le attività di guerra psicologica e la gestione di operazioni propagandistiche in situazioni conflittuali.

<sup>16</sup> Le *photo opportunities*, in gergo giornalistico *Photo ops*, sono immagini fotografiche costruite da una regia specializzata che intende veicolare attraverso i media un determinato messaggio. Esempi di *photo opportunities* sono le fotografie degli incontri tra capi di Stato, o quelle relative ad importanti manifestazioni pubbliche fornite dagli uffici stampa. In ambiente bellico, si possono certo considerare tali le immagini che ritraggono i militari in condizioni di relax, in situazioni particolarmente divertenti, o, al contrario, in atteggiamenti professionali e dinamici: le prime hanno lo scopo di tranquillizzare le famiglie e l'opinione pubblica circa lo stato di benessere dei militari, le seconde vogliono enfatizzare la preparazione e lo spirito combattivo, evidente preludio alla vittoria.

dall'associazione Citizens for a Free Kuwait, promossa dall'emiro del Kuwait in esilio, per allestire una campagna internazionale che sensibilizzasse l'opinione pubblica mondiale circa la necessità di un intervento. In questa occasione l'agenzia elaborò numerose azioni comunicative, tra le quali, oltre a veri e propri "kit" per i media destinati a documentare le virtù del Kuwait, un finto filmato che evidenziava la presenza di sacche di resistenza nell'emirato<sup>17</sup>, e la storia, diventata famosissima, dei soldati iracheni intenti a strappare i neonati dalle incubatrici negli ospedali kuwaitiani per lasciarli morire sul pavimento. Quest'ultima "falsa notizia", portata davanti al Congresso da una ragazzina di 15 anni, Nayirah<sup>18</sup>, e al Consiglio di sicurezza delle Nazioni unite da un certo dottor Behbehani<sup>19</sup>, fece il giro del mondo e costituì uno degli argomenti usati da ben sei senatori per giustificare la loro adesione all'intervento armato. Come la falsa *Donazione di Costantino*, un finto documento produsse effetti di portata mondiale e di inaudita gravità.

Questi sono alcuni degli strumenti dei quali si serve la moderna propaganda, nel tentativo, spesso riuscito, di giungere a veri e propri processi di ingegneria storica, volta a trasformare la realtà fattuale in una nuova realtà, manipolata ma più utile ai poteri che se ne servono. Le moderne tecnologie, diffondendo questi messaggi su scala planetaria, riescono altrettanto spesso a far sì che questo scopo venga raggiunto, limitando ogni possibilità di reazione o di visione alternativa, o antagonista, del mondo.

---

<sup>17</sup> Si seppe in seguito che questo filmato "artigianale", attribuito ad una coppia di tedeschi sorpresi in Kuwait dall'invasione, era stato nella realtà girato negli studi di Hollywood. Si veda Fracassi 1996.

<sup>18</sup> La ragazza risultò successivamente essere la figlia dell'ambasciatore del Kuwait negli Stati Uniti, da anni lontana dal suo paese.

<sup>19</sup> Il dottor Behbehani testimoniò di aver assistito personalmente all'uccisione di 40 bambini da parte delle truppe irachene. Dopo la guerra ammise di essere un dentista e di aver mentito. Sull'argomento si veda Roncarolo 2003.

## Bibliografia

- Altheide D.L.  
1985 *Creare la realtà*, trad. it. Torino, ERI edizioni RAI.
- Andriola F.  
1991 *La lunga notte dell'informazione. La guerra del Golfo e i media tra bugie e "spezzoni di verità"*, Roma, Settimo Sigillo.
- Aune D.E.  
1996 *La profezia nel primo cristianesimo e il mondo mediterraneo antico*, trad. it. Brescia, Paideia.
- Bloch M.  
1994 *La guerra e le false notizie*, trad. it. Roma, Donzelli.
- Bonanate L.  
1998 *La guerra*, Roma-Bari, Laterza.  
2004 *La politica internazionale fra terrorismo e guerra*, Roma-Bari, Laterza.
- Bonanate L. (cur)  
1979 *Dimensioni del terrorismo politico*, Milano, FrancoAngeli.
- Brunvand J.H.  
2000 *Leggende metropolitane*, trad. it. Roma, Teoria.  
2001 *Sarà vero? Leggende metropolitane di tutto il mondo*, trad. it. Milano, Pan.
- Candito M.  
2000 *Professione: reporter di guerra. Storia di un giornalismo difficile, da Hemingway a internet*, Milano, Baldini & Castoldi.
- Carbone M.T. (cur.)  
1990 *99 leggende urbane*, Milano, Mondadori.
- Chaliand G.  
1992 *La persuasion de masse, guerre psychologique, guerre médiatique* Paris, Robert Laffont.
- Chomsky N., Herman E.S.  
1998 *La fabbrica del consenso*, trad. it. Milano, Marco Tropea Editore.
- Chomsky N.  
1991 *Il controllo dei mass media: le spettacolari conquiste della propaganda*, trad. it. Milano, Barbarossa.
- Chomsky N.  
1991 *Illusioni necessarie: mass media e democrazia*, trad. it. Milano, Eleuthera.
- De Leo P.  
1974 *Ricerche sui falsi medievali*, Reggio Calabria, Editori Meridionali Riuniti.

- Della Volpe N.  
1989 *Esercito e propaganda nella Grande Guerra*, SME Ufficio Storico.
- Demichelis D., Ferrari A., Masto R., Scalettari L.  
2002 *L'informazione deviata. Gli inganni dei mass media nell'epoca della globalizzazione*, Milano, Zelig.
- D'Orsi A. (cur.)  
2003 *Guerre globali: capire i conflitti del XXI secolo*, Roma, Carocci.
- Edwards V.  
1938 *Group Leader's Guide to Propaganda Analysis* N.Y., Institute for Propaganda Analysis.
- Ellsberg D.  
1973 *Vietnam, verità e menzogna* Milano, trad. it. Garzanti.
- Ellul J.  
1983 *Storia della propaganda*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane.
- Erodoto  
1990 *Le Storie*, libro I, 59, Milano, Garzanti.
- Fracassi C.  
1996 *Le notizie hanno le gambe corte. Guida alla lettura dell'informazione*, Milano, Rizzoli.  
2003 *Bugie di guerra. L'informazione come arma strategica*, Milano, Mursia.
- Fussell P.  
1984 *La Grande Guerra e la memoria moderna*, trad. it. Bologna, Il Mulino.
- Gutman R., Rieff D. (cur.)  
2003 *Crimini di guerra*, Roma, trad. it. Contrasto-Internazionale.
- Hobsbawm E.J.  
1963 *Le rivoluzioni borghesi. 1789-1848*, trad. it. Milano, Il Saggiatore.  
1987 *L'invenzione della tradizione*, trad. it. Torino, Einaudi.
- Kaldor M.  
1999 *Le nuove guerre*, trad. it. Roma, Carocci.
- Knightley P.  
1978 *Il Dio della guerra. Dalla Crimea al Vietnam: verità, retorica e bugia nelle corrispondenze di guerra*, trad. it. Milano, Garzanti.
- Lane Fox R.  
1991 *Pagani e cristiani*, trad. it. Roma-Bari, Laterza.
- Lippmann W.  
1995 *L'opinione pubblica*, trad. it., Roma, Donzelli.

- Livolsi M. (cur.)  
1969 *Comunicazioni e cultura di massa*, Milano, Hoepli Editore.
- Maalouf A.  
1989 *Le crociate viste dagli arabi*, Torino, trad. it. SEI.
- MacMullen R.  
1989 *La diffusione del cristianesimo nell'impero romano*, trad. it., Roma-Bari, Laterza.
- Mandel M.  
2005 *Come l'America la fa franca con la giustizia internazionale. Guerre illegali, danni collaterali e crimini contro l'umanità*, trad. it., Torino, EGA.
- Marletti C.  
1979 *Immagini pubbliche e ideologia del terrorismo*, in Bonanate.
- Mattelart A.  
1994 *La comunicazione mondo*, trad. it. Milano, Il Saggiatore.
- McLuhan M.  
1997 *Gli strumenti del comunicare*, trad. it. Milano, Il Saggiatore.
- Menotti R.  
2003 *XXI secolo: fine della sicurezza?*, Roma-Bari, Laterza.
- Meysan T.  
2002 *L'incredibile menzogna. Nessun aereo è caduto sul Pentagono*, Roma, trad. it. Fandango.
- Mini F.  
2003 *La guerra dopo la guerra*, Torino, Einaudi.
- Montecuccoli R.  
1988 *Trattato della guerra*, Roma, Stato Maggiore dell'Esercito-Ufficio Storico.
- Morrison D., Taylor P., Ramachandaran S.  
1996 *Media, guerre e pace*, trad. it., Torino, Edizioni Gruppo Abele.
- Origene  
1971 *Contro Celso*, trad. a cura di Aristide Colonna, Torino, UTET.
- Partner P.  
1997 *Il Dio degli eserciti. Islam e cristianesimo: le guerre sante*, trad. it. Torino, Einaudi.
- Phillips J.  
2004 *Le prime crociate*, trad. it. Cinisello Balsamo, Edizioni San Paolo.
- Pizarroso Quintero A.  
1990 *Historia de la propagnda*, Madrid, Eudema Universidad.  
1991 *La guerra de las mentiras*, Madrid, Eudema.

- Roncarolo F.  
2003 *La guerra tra informazione e propaganda*, in D'Orsi.
- Savarese R.  
1992 *Guerre intelligenti. Stampa, radio, tv, informatica: la comunicazione politica dalla Crimea al Golfo Persico*, Milano, FrancoAngeli.
- Schlesinger A.Jr.  
1967 *L'amara eredità: Vietnam e democrazia americana, 1941-1966*, trad. it. Milano, Rizzoli.
- Shaker T.  
2003 *Il crimine: violenza sessuale*, in Gutman, Rieff.
- Gutman R., Rieff D. (cur.)  
2003 *Crimini di guerra*, trad. it. Roma Contrasto-Internazionale.
- Valla L.  
1993 *Discorso di Lorenzo Valla sulla Donazione di Costantino da falsari spacciata per vera e con menzogna sostenuta per vera*, Firenze, Ponte alle Grazie.
- Vian G.M.  
2004 *La donazione di Costantino*, Bologna, Il Mulino.
- Von Clausewitz K.  
1997 *Della Guerra*, trad. it. Milano, Mondatori.