

Disinformazione e propaganda nella interpretazione di François Géré

La disinformazione

La **finalità** precipua della disinformazione è quello di falsare il giudizio allo scopo di fuorviare le decisioni e le azioni della soggetto che è oggetto della disinformazione. François Géré, formula una interessante e pregante analogia paragonando la disinformazione a quei virus informatici che in modo impercettibile modificano i dati iniziali con lo scopo di costruire un'illusione. In termini generali *la disinformazione consiste nella elaborazione della comunicazione deliberata di un'informazione falsa, accuratamente mascherata, affinché essa presenti tutte le sembianze di autenticità.*

Nel contesto strettamente militare ed economico la disinformazione non è altro che un'azione collettiva di ideazione volta a realizzare e a diffondere un messaggio falsificato allo scopo di ingannare il target ricevente per poi trarne un beneficio di varia natura.

Affinché l'azione disinformativa sia **efficace** nella fase di elaborazione, il soggetto o i soggetti che costruiscono la disinformazione, dovranno avere cura di conoscere con estrema precisione ciò che il target conosce sfruttandone le percezioni e pregiudizi allo scopo di alterarne l'opinione e condurlo a prendere decisioni che danneggeranno i suoi stessi interessi. Naturalmente l'efficacia di quest'operazione può essere portata in essere solo se lo scopo reale rimane segreto, solo se la disinformazione è in grado di mascherare il proprio operato camuffandosi da informazione. A questo punto diventa necessario, sottolinea l'autore, differenziare la disinformazione dalla propaganda: la disinformazione non cerca di convertire nessuno ad una causa né cerca di modificare il sistema di valori del ricevente contrariamente alla propaganda.

Sul **piano operativo** la disinformazione opera attraverso la falsificazione che mira a deformare in modo occulto l'informazione stravolgendone il messaggio attraverso l'alterazione di fatti considerati in generale autentici.

Ebbene ,nella società attuale, non c'è dubbio che la disinformazione riveste un ruolo sempre più importante e richieda un'attuazione in tempi molto brevi. Nelle società totalitarie l'informazione è sostanzialmente disinformazione e di conseguenza la nozione stessa di informazione finisce per venire meno. Il processo disinformativo, attuato all'interno di sistemi totalitari, può essere riconosciuto e individuato solo attraverso una graduale o improvvisa lacerazione del velo con il quale la disinformazione copriva la propria vera natura.

I **soggetti** che producono il processo d'informativo sono agevolmente identificabili almeno in linea generale: le istituzioni statali, i partiti politici, le aziende e le società finanziarie, le ong ma in generale chiunque disponga di un credibile potere politico, culturale e sociale, chiunque cioè miri attraverso a conservarlo o a incrementarlo.

I **bersagli o target** della disinformazione includono qualsiasi rivale nella competizione per il conseguimento, mantenimento o estensione del potere politico, culturale, sociale ed economico. Quanto alla **contestualizzazione** nella quale la disinformazione viene attuata, questa può essere offensiva o difensiva. Nel caso in cui lo Stato, ad esempio, usi il processo disinformativo nei confronti della società civile questo può diventare legittimo quando ha come suo scopo la necessità di prevalere sul rivale o di conservare e perpetuare la propria egemonia politica.

La disinformazione si deve **pianificare** a partire da un procedimento assai preciso: deve valutare il fattore tempo (dal momento che la disinformazione richiede una lunga preparazione), deve camuffare le fonti da cui la campagna di disinformazione proviene, deve essere costruita attraverso un processo di crescita graduale in base agli obiettivi che intende raggiungere, deve essere attuata tenendo conto dell'ambiente nella sua complessità e soprattutto delle fratture presenti al proprio interno allo scopo di sfruttarne i limiti a proprio vantaggio e deve infine servirsi di vettori di comunicazione appropriati (la Stampa, Internet, le manifestazioni o gli scioperi).

La propaganda

Lo **scopo** della propaganda è quello di assoggettare un individuo ad un gruppo, ad una ideologia ricercandone ora l'adesione ora la sua sottomissione intellettuale. Storicamente parlando la propaganda s'è dispiegata attraverso la dimensione politica, quella religiosa e quella industriale e commerciale più recentemente.

Complessivamente parlando anche la propaganda come la disinformazione è una manovra psicologica organizzata è sviluppata in modo ampio e sistematico; tuttavia *la propaganda veicola, a differenza della disinformazione, una ideologia, una visione del mondo sottolineandone i meriti e la superiorità rispetto alle altre visioni del mondo.* Per affermare la sua **validità** la propaganda non ha alcuna preoccupazione di falsificare i fatti o mescolare il vero con il falso. François Géré, illustra in modo lucido il ruolo e l'importanza della propaganda, facendo riferimento alla Chiesa di Roma. Secondo genere la Chiesa di Roma è soprattutto il Papa sono una forte potente fonte di propaganda e il Vaticano costituisce oggi uno dei più importanti focolari di manovre ideologiche propagandistiche. Nello specifico la propaganda gesuitica attuata per reagire alla riforma protestante ha costituito, secondo l'autore, la punta di diamante di una campagna propagandistica aggressiva profonda e durevole a servizio la Chiesa di Roma. Grazie alla colonizzazione attuata dagli Stati europei, i missionari attraverso un uso sapiente della propaganda sono riusciti ad influenzare l'Africa, l'America Latina e l'Asia.

Un altro esempio di estrema rilevanza, nell'ambito storico, è rappresentato dal contesto totalitario: al suo interno la propaganda è diventata strumento di controllo e di sottomissione delle masse dove la propaganda si è sostituita all'informazione, diventando uno strumento coercitivo in mano al potere politico. Nello specifico i sistemi totalitari hanno conseguito un asservimento coercitivo delle menti.

Per quanto riguarda gli **aspetti specifici** della sua attuazione la propaganda ha come suo target l'individuo e il gruppo e, più esattamente, ha come suo scopo quello di integrare l'individuo all'interno del gruppo allo scopo di dissolverne l'individualità servendosi della disinformazione. Quanto al **contesto**, anche la propaganda, come la disinformazione, si può rivolgere a un contesto interno, a un contesto avversario o a soggetti neutrale, alleati o alla comunità internazionale. La propaganda, come la disinformazione, si **attua** sia in tempo di pace che in tempo di guerra e può essere **bianca** se la fonte è esplicita (in questo senso la propaganda è un'informazione fondata su fatti e non differisce sostanzialmente dalla stampa politica), **grigia** quando la fonte della propaganda è indeterminata e **nera** in cui la fonte che organizza e promuove la propaganda viene mascherata o falsificata con lo scopo di destabilizzare il nemico.

Uno dei contesti all'interno dei quali la propaganda si manifesta in modo palese è, secondo l'Autore, l'educazione: fin dalla culla i singoli soggetti nella maggior parte del società vengono fatti oggetto di propaganda e il libro di testo o manuale finisce per diventare un vero e proprio vettore di propaganda.

Gagliano Giuseppe Presidente **CESTUDEC**
Centro Studi Strategici Carlo De Cristoforis

Bibliografia

François Géré, *Dictionnaire de la désinformation*, Armand Collin, 2011