

*CESTUDEC-CENTRO STUDI STRATEGICI CARLO DE
CRISTOFORIS*

LA DISINFORMAZIONE

François Géré

2012

CESTUDEC

La disinformazione

Si tratta di informazione verificata attraverso la critica delle fonti

Se, secondo la formula di Francesco Bacone del XVII secolo “sapere è potere”, la disinformazione, azione occulta di natura ostile, mira a provocare l’impotenza o l’indebolimento dell’avversario interferendo con la sua informazione e disorientando le sue capacità decisionali. La disinformazione ha come risultato di accrescere il potere di chi se ne serve grazie alla diminuzione delle capacità di azione avverse. Certo, si può sempre argomentare che ciò avviene in nome di un’intenzione benevola, che si inganna il proprio popolo per il suo bene, o che si trae in inganno l’opinione pubblica nel suo interesse. È concepibile e quindi sarebbe giustificabile la pratica del buon governare attraverso la disinformazione?

La disinformazione mira a falsare il giudizio dell’uomo allo scopo di fuorviarne il giudizio, le decisioni e le azioni. La sua attuazione, accuratamente pianificata o, in alcuni casi, improvvisata nell’urgenza dello scontro, si basa su una combinazione di procedimenti e di vettori orientati verso target specifici. Nell’ambito della teoria dell’informazione, la disinformazione sarebbe dunque un meccanismo di implementazione e sviluppo dell’entropia! Si potrebbe paragonarla non a quei virus informatici che progressivamente eliminano i dati, ma a quelli che in modo impercettibile modificano i dati iniziali con lo scopo di costruire un’illusione. L’aggressione da parte della disinformazione consiste nel distorcere la comprensione di una situazione.

Definizione, status e rapporto con informazione e contro-disinformazione

Negli ultimi vent’anni, l’uso del termine “disinformazione”, che prima veniva utilizzato soltanto dagli specialisti di intelligence e di propaganda, ha conosciuto un periodo di sviluppo eccezionale. È diventato comune utilizzarlo a sproposito in qualsiasi

occasione, preferibilmente per dichiararsi vittima di un'azione di disinformazione e per far ricadere sui propri avversari la responsabilità di tale manovra occulta, per definizione impossibile da appurare. I membri della "classe politica", i dirigenti d'azienda, presentandosi come delle vittime, diventano oggetto di indagini giudiziarie o mediatiche e hanno preso l'abitudine di farsene scudo. Sarà l'effetto di una moda? Indubbiamente, ma non possiamo fermarci qui, illudendoci che prima o poi "passerà". L'irruzione di tale parola, la frequenza del suo utilizzo e la sua banalizzazione esprimono una trasformazione profonda, quella dell'ingresso delle società umane nell'era dell'informazione che le modella e che, di conseguenza, le espone molto più di prima all'azione di quest'arma formidabile, quale è la disinformazione.

La disinformazione rispetto all'informazione, alla propaganda e all'inganno

Al giorno d'oggi l'informazione costituisce il motore principale di funzionamento della comunità internazionale, in generale, e di ogni società, in particolare, contribuendo in maniera decisiva all'accelerazione del processo di globalizzazione. Tuttavia, ogni medaglia ha due facce: l'informazione vive e si sviluppa sotto il rischio permanente di ciò che la offusca, la manipola e mira a distruggerla, ovvero la disinformazione. Se tale parola inizia a circolare all'interno della narrativa popolare tra le due guerre mondiali, essa tarda invece a generalizzarsi e ad affermarsi rispetto ad altre nozioni, come ad esempio la parola "intossicazione", che ricopre un campo più limitato, più specifico.

Il termine, infatti, si fissa poco a poco. Una prima definizione compare nel *Petit Larousse* nel 1982, così dicendo: "Azione di sopprimere un'informazione, di minimizzarne l'importanza o di modificarne il senso"; successivamente, nel 1989: "Informare erroneamente, fornendo un'immagine distorta o mendace della realtà; utilizzando in particolar modo i media e le tecniche di informazione di massa". Nel 1998 si verifica invece una leggera inflessione: "Diffondere volontariamente una o varie informazioni false, fornendo un'immagine distorta o mendace della realtà, utilizzando in particolar modo i media e le tecniche di informazione di massa".

Partendo da queste definizioni, si può quindi ritenere che la disinformazione consiste *nell'elaborazione e nella comunicazione deliberata di un'informazione falsa, accuratamente mascherata, affinché essa presenti tutte le sembianze di autenticità*. Nell'ambito delle operazioni militari in tempi di guerra, la disinformazione coincide con *l'inganno*.

Per essere più precisi, la disinformazione appare come un'azione collettiva di ideazione, realizzazione e diffusione di un messaggio falsificato, il cui solo scopo è quello di ingannare il target ricevente per poi trarre un beneficio dall'uso, necessariamente erroneo, che se ne potrà fare. Tra l'altro, si ammetterà che la presentazione tendenziosa di un fatto appurato, o una sua interpretazione dubbiosa, fanno parte di una disinformazione attenuata, ma non sistematica. Si tratta quindi di influenza, ma non ancora di disinformazione.

Considerando la disinformazione un reato, il diritto francese (codice penale art. 411-10 sezione 5) ne dà una definizione: "il fatto, compiuto da un francese o da uno straniero residente sul territorio nazionale, di fornire alle autorità civili o militari della Francia delle informazioni false tali da indurre in errore e attentare agli interessi fondamentali della nazione, allo scopo di servire gli interessi di una potenza straniera". Questa definizione è limitativa nella misura in cui riconosce solo degli individui e non considera i gruppi non statali e meno ancora i "servizi" rilevanti di uno Stato. Difatti, in ogni Paese si introducono progressivamente degli organismi o delle procedure di protezione dell'informazione: della sua qualità, della sua affidabilità, della sua integrità e perfino della sua libertà. A volte, questi meccanismi servono anche come difesa contro la disinformazione nell'ambito di quello che noi qui chiameremo "*contro-disinformazione*".

Al fine di passare inosservata, la disinformazione si somma necessariamente all'informazione di cui dispone il bersaglio ricevente. Al momento della sua elaborazione, la disinformazione avrà avuto cura di conoscere ciò che il bersaglio sa, di sfruttare le sue percezioni e i suoi pregiudizi per alterare al meglio la sua opinione e portarlo a decidere un'azione che danneggia i suoi interessi. Il suo prefisso "dis" è illuminante. Corrisponde a un'inflessione che gradualmente, attraverso un aggravamento degli scarti di significato, finisce per negare l'informazione originale. Non è una contraddizione ma un'alterazione che porta alla diversità, a patto – e ciò è essenziale – che l'azione rimanga segreta, mascheri il proprio operato quasi *camuffandosi da informazione*, ovvero da comunicazione di un fatto autentico. Si immagini qui una specie di organismo parassita come un pesce pilota sul dorso di uno squalo che, invece di guidarlo, lo disorienta, lo induce a scegliere delle prede sbagliate o, peggio ancora, a cadere nella trappola tesa da un predatore più grande. Diversamente dalla propaganda, la disinformazione non cerca di convertire nessuno a una causa dal momento che, per definizione, essa non si manifesta, non seduce, né

costringe. Al contrario, dissimulandosi, intrattiene la sua “preda” nell’illusione di una completa libertà di giudizio e di decisione basata sulla migliore delle informazioni.

La linea di demarcazione tra propaganda e disinformazione appare spesso sottile, al punto da sfociare completamente nella categoria denominata “propaganda nera”. È proprio perché l’informazione, la disinformazione, la propaganda e la pubblicità sono delle attività affini, che utilizzano lo stesso materiale (la raccolta di “fatti” che costituisce l’informazione), gli stessi vettori e spesso delle procedure identiche. Le variazioni vertono, innanzitutto, sulle intenzioni e sulle modalità di trasmissione. Per giunta, queste azioni sono spesso dirette e ispirate dalle stesse persone in seno a organismi identici: cambiano solo le circostanze e le missioni.

La disinformazione si sviluppa attraverso due grandi categorie di procedimenti che vanno dalla falsificazione, mediante l’alterazione di fatti reputati autentici, alla creazione di falsi veri e propri. Nel primo caso, essa costituisce una deformazione occulta dell’informazione: non la annulla e non la distrugge, ma la stravolge fortemente in modo che il messaggio, così alterato, non perde solo il suo impatto ma addirittura il suo significato. Nel secondo caso, invece, la disinformazione introduce una falsità nel flusso di informazioni. Così facendo, la disinformazione punta sempre sull’impatto legato alla propagazione mediatica amplificatrice dell’illusione che ha costruito. Dal punto di vista della comunicazione e della diffusione, la disinformazione è “un amico che vi vuole del male”. Essa si traveste con cura nell’informazione più attendibile, mentre il disinformatore si presenta come il più fidato dei consiglieri, l’informatore più sicuro. L’ambasciatore tedesco Zimmermann si faceva passare per il migliore amico degli Stati Uniti mentre in realtà ordiva alle loro spalle un’alleanza con il Messico. Ancora una volta, si manifesta un *principio d’inversione*: più l’informazione comunicata sembra enorme ed eccessiva, più aumenta la sua credibilità dando la sensazione che nessuno oserebbe contestare la fondatezza delle apparenze così come sono state presentate.

Modalità e varietà dei processi di rivelazione della disinformazione

Innanzitutto, chi è l’artefice della disinformazione? Chi si dedica a quest’attività illecita? Naturalmente nessuno. I servizi segreti? I governanti? I dirigenti di società private? Gli individui per raggiungere degli scopi personali, suscettibili di risalire al più alto livello dello Stato?

L'operazione di disinformazione totalmente riuscita resta ignorata e attraverso i secoli continua a far passare la sua menzogna per verità. La prova autentica del suo inganno non verrà mai a galla. Difatti, gli operatori della disinformazione, per precauzione, hanno cura di far sparire le tracce della loro attività. Per sempre. Se l'operazione di disinformazione viene rivelata, malgrado tutte queste precauzioni, spesso è troppo tardi e il danno è fatto. Allora come si può svelare la disinformazione?

- A breve termine: il “colpo mancato”

La disinformazione, velocemente rivelata, se non addirittura anticipata da fughe intenzionali, fa cilecca, mettendo in imbarazzo i suoi mandanti e organizzatori. Gli uni faranno ricadere la responsabilità sugli altri e viceversa.

Considerando la velocità di circolazione di un'informazione e la globalizzazione nell'ambito della comunicazione, la disinformazione gioca sempre più su intervalli di tempo molto brevi. Qualche giorno, qualche ora, domani, basteranno forse pochi secondi per propagare l'informazione falsa, che porterà alla “cattiva” decisione sperata, o per diffondere la diceria che susciterà un'emozione popolare destabilizzante.

- Il controllo istituzionale

Nelle democrazie, il controllo parlamentare costituisce un vaglio possibile ma fragile e incerto. Gli eletti dal popolo possono richiedere di “esserne informati” anche segretamente attraverso delle audizioni riservate. Una volta informati, questi diventano solidali tra loro, se non addirittura complici, tanto più che, divisi da divergenze e affiliazioni politiche, si guarderanno dal minare lo spirito di partito, anche se fosse in nome dell'interesse nazionale. Infine resta da sapere fino a che grado di autenticità il potere politico (soprattutto quando c'è pluralismo) e gli organi specifici accetteranno di sollevare il segreto dalle loro attività. L'intelligence può dividersi, con circospezione, tra il potere esecutivo e quello legislativo. La disinformazione rientra invece in un ordine più complesso, più sotterraneo, che restringe il numero di coloro che sono ammessi a “conoscerla” senza che delle regole fisse ne precisino la qualità. Nella misura in cui viene colta, l'autorità giudiziaria avrà accesso alle operazioni di disinformazione e potrà quindi scoprirle, insinuarsi nei loro meccanismi, e stabilirne gli obiettivi e le responsabilità. Tuttavia la sua azione è limitata, esternamente dall'interesse superiore dello Stato e, internamente, dal gioco di pressioni che riduce la libertà di indagine e di

giudizio, corrispondendo così a una sorta di legge omertosa del silenzio di Stato. Quindi, si può essere autorizzati a svelare la disinformazione solo a fatti compiuti, in una sorta di dopoguerra dell'informazione; oppure, in seguito a un cambiamento di regime, il nuovo governo, in maniera prudente e selettiva, potrà rendere pubbliche le operazioni di disinformazione intraprese dal proprio predecessore.

- La memoria e la ricerca storica “a posteriori”

La verità poggia su delle rivelazioni tardive. È il dominio delle Memorie, più o meno giustificatorie o pentite. Una personalità coinvolta rivela l'esistenza della disinformazione, o magari, lo storico riesce ad afferrare la realtà dei fatti partendo dagli archivi, anch'essi protetti da una legislazione particolarmente attenta, intenta a guadagnare tempo per far luce soltanto sulla pace dei morti. Sono attività queste, che portano il nobile nome di “dovere di memoria”.

- La disinformazione come presa di coscienza

Si tratta forse dell'avversario più temibile della disinformazione generalizzata. All'interno dell'universo tautologicamente perfetto e completamente trasparente del “Grande Fratello”, non ci può essere disinformazione poiché non esiste altro che l'informazione diffusa dalla macchina lava-cervelli, che veglia sulla continua sottomissione intellettuale degli individui consenzienti. Quando tutto è disinformazione, la nozione stessa di informazione svanisce. La disinformazione non è riconoscibile se non grazie alla lacerazione, progressiva o improvvisa, del velo con il quale copriva la propria menzogna.

Questo processo può essere facilitato dalla trasmissione sistematica di un'informazione (si parlerà allora di contro-propaganda, anche se si tratta piuttosto di contro-disinformazione) che permette di introdurre il sospetto, visto come uno strappo nel tessuto uniforme della falsità istituzionale.

La rivelazione della disinformazione deriva dunque da una presa di coscienza dell'inganno organizzato, inattesa misura di scarto tra il messaggio rilasciato e la realtà del referente finalmente scoperto. La verità, attraverso un fenomeno di “svelamento” talvolta violento e scatenato da un avvenimento lacerante, ma più spesso progressivo, si infila come il dissiparsi di una nebbia, e quello che fino a quel momento passava per la realtà cade come un inganno dalle false sembianze. Dei film di finzione che si

concentrano sulla Repubblica Democratica Tedesca trattano molto seriamente la problematica appena esposta (*La vita degli altri* di von Dönnersmarck, del 2006, o *Goodbye Lenin* di Wolfgang Becker, del 2003). Vi si ritrovano degli elementi tradizionali e transculturali di sottofondo, come il passaggio simbolico dall'oscurità alla luce alla base dei principi massonici (loro stessi creatori di sette e di misteri!), lo strappo del velo, il dissiparsi delle nebbie, ecc. Società intere hanno vissuto e vivono ancora nel completo isolamento della disinformazione generalizzata, come nella Corea del Nord.

La richiesta di Disinformazione: i mandanti

A chi serve la disinformazione, per quale scopo, in che circostanze e contro chi?

A un primo approccio, bisogna distinguere tra i mandanti e i produttori di disinformazione. I primi provano un bisogno in funzione di certi obiettivi, i secondi sono degli esecutori, dei produttori rispetto a un "comando", che può assumere una forma sistematica (perché diventa un meccanismo di governo) oppure costituisce soltanto un mezzo temporaneo rispetto a una richiesta occasionale, giustificata da circostanze eccezionali (è questo che differenzia una democrazia da uno Stato totalitario). È quindi inevitabilmente necessario che tra il mandante e l'esecutore esista un rapporto di forte fiducia la cui evidenza non è mai garantita. È forse possibile?

Negli Stati Uniti, la CIA dipende direttamente dalla Casa Bianca. Inoltre nei periodi di cambiamento politico è necessario che raggiungano e garantiscano un minimo di fiducia reciproca nonostante la difficoltà dell'avvicendamento. Ciò non si è verificato però con l'insediamento del presidente George W. Bush e della sua équipe nel novembre del 2000. I servizi di intelligence furono, infatti, sospettati di aver servito una politica clintoniana totalmente scorretta. Non si trattava più di una questione di adattamento bensì di una rottura netta. Gli attentati dell'11 settembre aggravarono questa tendenza, portando a una vera e propria guerra dei servizi, culminata all'epoca dell'invasione dell'Iraq. Quest'ultima ha conosciuto in seguito molteplici intoppi; la più notevole fu il rapporto NIE *National Intelligence Estimate* dei servizi d'intelligence americani del novembre 2007 sull'Iran, che prese totalmente in contropiede la posizione della Casa Bianca.

La Russia invece ha ampiamente risolto il problema collocando ai vertici del governo i più alti responsabili dei servizi di sicurezza interna, l'ex KGB diventato FSB.

La situazione francese riflette abbastanza fedelmente la spietata crudeltà delle relazioni tra l'esecutivo e i propri servizi di intelligence. La diffidenza porta alla paralisi, oltre che alla messa in atto di vere e proprie trappole, quasi identiche al succitato modello americano. Il presidente F. Mitterrand, a causa di dispute politiche precedenti, nutriva una notevole diffidenza nei confronti dei servizi segreti. Il triste caso della "Rainbow Warrior", nave dell'organizzazione Greenpeace, che venne affondata nel 1985 in Nuova Zelanda, da parte della DGSE (servizi segreti francesi) non contribuì a rappacificare i rapporti.

● Chi sono i mandanti?

- Gli Stati e i governi;
- I partiti politici e i loro dirigenti;
- Le aziende e le società finanziarie;
- Le ONG violente, ma anche quelle considerate non violente.
- Qualsiasi organizzazione umana, anche di piccole dimensioni, che ricerchi il proprio interesse o che si senta in pericolo. Di norma, chiunque disponga di un potere politico-sociale, aspiri a conservarlo, a incrementarlo o, in caso contrario, a impossessarsene, è tentato di utilizzare la disinformazione per perseguire i suoi fini. Ogni scontro incoraggia l'uso di questo strumento, che consente di indebolire la posizione opposta falsando il processo decisionale e disorientando il giudizio del "popolo", nel significato antico del termine greco *dèmos*. La disinformazione cerca sempre di rinforzare i suoi fulcri che collegano le diverse istanze del potere: il popolo e i suoi rappresentanti, il governo e i media.

● Chi sono i target?

I target possono includere qualsiasi avversario, qualsiasi rivale nella competizione per la sopravvivenza, il potere e il benessere. La competizione fa parte degli strumenti della "*struggle for life, power, wealth*". Un'altra modalità d'azione, più sottile, consiste nel manipolare l'opinione del proprio Paese con lo scopo di creare un clima che finisca per convincere l'avversario di un'intenzione che non necessariamente ha. Il governo crea uno stato dell'opinione pubblica che avrà valore, se non di prova, almeno di forte argomento nei confronti dell'avversario e influirà sui suoi calcoli e comportamenti.

● In che circostanze? Pace, guerra, tensione, crisi...

Tutte le intensità, di in un rapporto di confronto

La guerra fredda ha sconvolto fortemente e in modo duraturo la distinzione tra queste diverse situazioni di conflitto per due motivi, ovvero per l'esistenza prolungata di una situazione di ostilità elevata tra due avversari che, dato il blocco nucleare, non poteva trasformarsi in guerra aperta. Difatti ciascuno degli avversari deve ricorrere intensamente a delle strategie indirette di cui la disinformazione costituisca un modo d'azione privilegiato.

Di norma, ogni situazione d'ostilità latente (simile a quella che conobbero la Francia e la Germania tra il 1871 e il 1914 e poi tra il 1919 e il 1939) porta a sviluppare delle operazioni di disinformazione in tempo di pace, concepito come un periodo di preparazione della guerra più o meno prossima. Da questo punto di vista, il caso Dreyfus non diede grandi benefici alla Germania sul piano militare, come pure l'informazione sulle caratteristiche del nuovo cannone francese da 75 mm non modificò per niente l'equilibrio delle potenze militari. In compenso, indubbiamente, oltre alla Prima Guerra Mondiale, la querelle sul caso Dreyfus contribuì a dividere la società francese e i suoi quadri, rendendola vulnerabile allo scontro del 1940 e permeabile alle manovre di disinformazione del Terzo Reich.

Un governo può dunque ricorrere a una disinformazione interna per dei fini d'azione esterna. Una campagna rivolta ai media, che combina dicerie, rapporti, testimonianze "autorizzate", presenterà l'avversario come un fautore di disordine, una minaccia per la sicurezza nazionale; esaggererà il livello di ostilità, demonizzerà il nemico creando o favorendo degli incidenti che verranno ingigantiti dai media. La crisi è attizzata con lo scopo di far scoppiare la guerra con il sostegno di un'opinione pubblica preparata e convinta "a puntino".

Disinformare: a che pro e con quale giustificazione?

A cosa mirano queste manovre complesse? Quale beneficio possono sperare di trarne i mandanti? Tutto dipende dal livello di applicazione dell'azione di disinformazione e del grado di gravità dello scontro. La disinformazione interviene a scopi offensivi o difensivi per aggredire o proteggere, neutralizzando l'informazione o la disinformazione avversa. La campagna che si sviluppa, sia a livello strategico sia a

livello tattico, può essere offensiva e quindi destabilizzare un avversario attraverso delle dicerie e la calunnia, oppure difensiva, se si tratta di liberarsi da una presa.

I presidenti Nixon e Clinton mentono e, così facendo, procedono a un'operazione di disinformazione elaborata grossolanamente per mancanza di tempo, sottovalutando la gravità dell'attacco e sopravvalutando il proprio potere.

Oltre al semplice scopo tattico che consiste nel far credere erroneamente, nel falsare la decisione, nel provocare l'azione sfavorevole, conviene considerare il fine ultimo che potrebbe giustificare, se non addirittura legittimare, il ricorso a uno strumento così amorale. Ne esistono due:

- prevalere sul rivale, rovinando la sua reputazione attraverso la calunnia, le dicerie (per esempio un'OPA ostile) in situazione di scontro. Non si tratta di guerra bensì di una competizione economica per la conquista di un mercato o la lotta per mettersi a capo di un gruppo finanziario.
- conservare e perpetuare un dominio, un potere, grazie al controllo politico-sociale nascosto che produce la disinformazione strategica.

L'altra giustificazione si trova, invece, nel contesto della guerra. In questo caso eccezionale, si distinguerà ciò che è tipico del contesto militare: le manovre (a livello strategico) e le operazioni (a livello tattico) di inganno (si veda qui di seguito).

Come si produce

Gli organi della disinformazione: chi concepisce e chi costruisce la disinformazione?

Data la sua natura occulta, la disinformazione non può essere annunciata dal suo autore mentre, al contrario, verrà denunciata da colui che se ne dice vittima e che, per questo, sarà considerato giudice e parte. Discreditare la protesta avversaria fa parte del piano di disinformazione che deve integrare la reazione della "vittima". Il gioco di azioni-reazioni, ovvero l'anticipazione della reazione per neutralizzarla, rovesciandola, crea un ciclo vertiginoso che, in poco tempo, diventa difficile da controllare.

Per principio, nessuno fa disinformazione, quindi, ufficialmente non esiste nessun servizio incaricato di quest'attività e nessun personale ad essa dedicato. Si deve quindi andare a cercare all'interno degli organigrammi di certi servizi, quando questi esistono.

Alla luce di quello che alla fine è stato rivelato, seppur parzialmente, è possibile farsi un'idea relativamente precisa dei produttori istituzionali della disinformazione. Quanto

a quelli non istituzionali, si tratta ancora di un altro caso che dipende dalle confessioni, dal pentimento, dalle rivelazioni postume, summenzionati.

Di conseguenza, questa situazione beneficia interamente del potere della disinformazione. Sarà possibile sospettare la denuncia di un'operazione di disinformazione complessa: si disinforma denunciando la disinformazione dell'avversario che non faceva altro che proclamare la verità.

Chi dunque, salvo disporre di prove inconfutabili, può sfuggire a questo gioco senza fine? In fin dei conti sono la potenza dei mezzi e la qualità della tattica, nonché il grado di adeguatezza del messaggio rispetto al target al momento più appropriato, che prevarranno e non la verità intrinseca! La designazione da parte degli Stati Uniti di certi organismi sovietici come strumenti di disinformazione poteva essere negata da Mosca come un'azione di disinformazione riguardo a istituzioni perfettamente rispettabili, responsabili dell'informazione.

Il personale e le competenze

- Organi di Stato, occasionalmente coinvolti (permanenti o temporanei).
- Organi specializzati dedicati esplicitamente oppure segreti, per affiliazione a un servizio coperto da segreto di Stato. Per definizione, tali organismi non dovrebbero esistere o non sono autorizzati a rivelare nulla delle loro attività. Ne risultano numerose difficoltà per scoprire e dimostrare la condotta di un'operazione di disinformazione.

Subito dopo l'11 settembre 2001, l'amministrazione Bush, su iniziativa di M. Donald Rumsfeld, segretario alla Difesa, volle creare un organismo dedicato all'influenza psicologica mondiale. Questo tentativo fallì sia per ragioni puramente amministrative, sia a causa di una massiccia campagna di stampa, alimentata da fughe di notizie deliberatamente organizzate. Si è qui vista la volontà degli uomini della guerra fredda di creare un organo di disinformazione simile a quello che aveva creato a suo tempo l'Unione Sovietica, ed esplicitamente contrario ai principi della democrazia americana.

- Subappalto: gli Stati possono servirsi di organismi privati che essi creano e finanziano segretamente. Si presentano due casi: questa organizzazione non governativa costituisce un prestatore di servizio cosciente, oppure essa viene astutamente manipolata a sua insaputa.

L'elaborazione di una campagna di disinformazione

I lavori condotti da alcuni ricercatori, che hanno lavorato su rari archivi, permettono di farsi un'idea approssimativa del processo di creazione di una campagna di disinformazione. Tuttavia, questi studi si concentrano generalmente sulle operazioni condotte dall'avversario, mentre molto raramente – e per evidenti ragioni – sulle proprie, così da ritrovarsi rapidamente intrappolati nel ciclo perverso della denuncia delle provocazioni disinformatrici dell'avversario... Gli organi analizzano i loro fallimenti, ma non rendono le loro autocritiche di dominio pubblico!

La strategia di disinformazione si fonda sulla **correlazione** di procedure atemporali e di nuovi vettori tecnici che ne aumentano la potenza, pur conservando i mezzi tradizionali. L'insieme costituisce un fattore essenziale del reale funzionamento dinamico della propaganda nera e della disinformazione e viene distinto dal **coordinamento** delle procedure nell'uso operativo durante una campagna di disinformazione. La correlazione deve pensare a monte ai problemi di coordinamento che rischiano di sorgere durante lo sviluppo materiale della campagna.

Alcune regole e principi di uso comune

- Definire un obiettivo e il risultato finale perseguito. Se l'obiettivo rimane vago, se non viene ben definito in partenza, la campagna verrà mal condotta e non si riuscirà né ad articolarne le fasi, né a prendere, al momento giusto, la decisione di porre un termine alla campagna. Ciò porta a correre il rischio di vedersi smascherato e penalizzato. Ciononostante, questo fallimento può rivelarsi parziale se l'obiettivo perseguito nell'immediato è stato effettivamente conseguito al momento opportuno. Ci sarà, in seguito, da assumersi le conseguenze di un'azione smascherata. Il più delle volte il successo scusa, mentre il fallimento si rivela difficilmente perdonabile.
- Una campagna di disinformazione sta attenta a partire sempre da elementi concreti.
- Il fattore tempo: la disinformazione richiede una forte anticipazione e una lunga preparazione.
- Una diluizione nello spazio: le fonti dell'informazione truccata devono essere molteplici, devono partire da un luogo apparentemente straniero, devono essere sostituite dalle corrispondenze sparse in diversi Paesi, riprese da media scollegati gli uni dagli altri. Questo contribuisce a creare una diceria di origine non identificabile.

Ogni campagna di disinformazione prepara i suoi piani e seleziona i suoi strumenti, in vista di una situazione di scontro che non esiste ancora, ma che si potrebbe creare a una scadenza più o meno breve. I servizi specializzati, come l'MI6 britannico, lavorano molto a monte. Preparano il terreno, introducono degli agenti, organizzano delle reti "dormienti" molto prima dello scoppio dello scontro diretto:

- una minuziosa pianificazione che include diverse fasi dispiegate in un "crescendo" in funzione degli obiettivi man mano raggiunti. Si deve tenere conto degli effetti ottenuti, dei successi, talvolta inaspettati, o dei fallimenti e, in funzione di questi risultati, adattare la fase 2 e così via fino al conseguimento del risultato ricercato;
- una considerazione del terreno umano: un'eccellente conoscenza dell'ambiente, della sua complessità e soprattutto delle sue divisioni. Questo vale per il vertice come per la base. Bisogna saper combinare la natura del processo decisionale e la relazione tra il potere politico, i media e il popolo, ribattezzato "opinione pubblica", tenendo conto delle credenze popolari, delle sensibilità e dei tropismi culturali;
- una scelta appropriata dei vettori di comunicazione: in funzione dell'effetto che si cerca di produrre quali saranno i vettori migliori? Degli articoli di stampa? Dei forum su internet? Delle manifestazioni di strada? Degli agenti interni ed esterni? Il reclutamento di agenti influenti? Anche la questione, sempre penosa, dei mezzi finanziari gioca un ruolo cruciale. Sebbene la disinformazione non esiga dei miliardi, essa deve poter spendere abbondantemente, senza controllo amministrativo, al momento giusto e senza ricevere i giustificativi di pagamento!

La creazione del piano di disinformazione si basa su alcuni principi semplici, ma fondamentali: bisogna partire sempre da elementi reali e verificabili; bisogna nascondere le fonti, diversificarle, trovare dei "ripetitori", se possibile involontari, ma capaci di prestarsi al gioco, per convinzione o inclinazione, a credere a ciò che viene suggerito:

- provocare dei controlli incrociati "casuali";
- lo sviluppo del piano deve integrare le reazioni ai suoi primi effetti, in maniera tale da sfruttarne i risultati sempre nello stesso senso... Prevedere un crescendo anticipandone le reazioni opposte, in modo tale da trarne il miglior vantaggio possibile. Il diniego indignato del bersaglio deve contribuire alla "validazione" della "verità" della disinformazione;

- una volta che il piano è stato portato a termine e messo a disposizione dall'autorità politica, esso verrà attuato oppure rimarrà archiviato, talvolta anche per sempre.

Determinazione e selezione dei bersagli

La disinformazione, operazione ostile per natura, mira a dei bersagli molto diversi che vanno da un individuo unico, considerato essenziale a causa del suo potere di decisione o di influenza su una decisione, fino a società e popoli interi, oppure gruppi specifici;

● L'esterno

La nozione di target coniuga la capacità di decisione e quella di azione, poiché la disinformazione deforma il giudizio con lo scopo di portare a una decisione d'azione nociva agli interessi di chi la prende.

L'errore di giudizio di un decisore non è necessariamente legato alla sua incompetenza o all'insufficienza della sua informazione, ma può anche risultare dalla contaminazione dell'informazione attraverso la disinformazione.

● L'interno

In linea di principio, nei Paesi democratici – ed è anzi un criterio di qualificazione per la democrazia – si stabilisce che non esistono, che non DEVONO esistere operazioni di disinformazione o di propaganda “nera” rivolte alla propria popolazione, né in tempo di pace, né in tempo di guerra. In quest'ultimo caso, di fronte alla propaganda nemica, può esistere una propaganda “bianca” per fini protezionistici.

Purtroppo per la morale politica, l'esercizio del potere porta a numerose violazioni di questi principi, che derivano sia da una crisi di fiducia tra l'autorità politica stabilita, il governo e i cittadini, sia da rivalità tra i diversi servizi, loro stessi in relazione più o meno complice con il governo al potere.

● Tra organizzazioni di uno stesso Paese o “guerra di servizi”

Questa rivalità universale in tutti gli Stati costituisce un elemento evidentemente poco conosciuto ma estremamente importante nelle relazioni tra il potere politico dello Stato e i servizi di cui dispone, in materia di intelligence, disinformazione e contro-disinformazione. I servizi si dedicano a un'intensa competizione per far prevalere il

loro punto di vista e la loro preminenza rispetto alla loro autorità amministrativa (Ministeri dell'Interno e della Difesa, organismi di sicurezza nazionale posti sotto l'autorità della presidenza o di un Primo Ministro).

Ma ciò può andare oltre. Certi servizi di intelligence diventano così potenti che riescono ad emanciparsi (come l'Inter-Services Intelligence ISI in Pakistan), acquisire il rango di Stato dentro lo Stato e non dover più rendere conto a un'autorità governativa, sulla quale hanno influenza.

Al contrario, il ricorso ai servizi e alle loro competenze può divenire una specie di droga per un potere solitario, sempre più autoritario, che, in cambio, crea una vulnerabilità. I dittatori hanno pensato di poter risolvere il problema con delle purghe sistematiche.

Il capo di Stato non può dunque dipendere da un unico servizio, da una fonte unica. L'indispensabile diversificazione degli organi e degli strumenti di informazione crea a sua volta rivalità, competizione e così via. Questa è senza dubbio l'arte di governare! Nei Paesi dittatoriali o totalitari questa rivalità può prendere la forma di regolamenti di conti attraverso la liquidazione fisica del rivale in maniera segreta o, al contrario, attraverso una manovra completa come illustra la macchinazione dei processi di Mosca.

Riassumendo, la disinformazione si organizza e ripartisce la sua azione secondo tre ambiti d'applicazione o campi di attività:

- Ambito della qualità e delle circostanze del confronto: QUANDO? A seconda che si tratti dello stato di pace, di crisi o di guerra.
- Ambito dei potenziali bersagli: CHI? Degli individui accuratamente selezionati, certi gruppi etnici, religiosi, economici, certi Stati, certe organizzazioni.
- Ambito della natura del "campo" di attività: DOVE? Interno o esterno? I territori della disinformazione, compreso quello transnazionale nelle strategie di azione di intelligence economica. Il campo mentale del proprio campo (il morale: proteggere, unire...). La relazione avanti/indietro (il cambiamento tecnologico: non si possono più fare lavaggi di cervello, ma ci si adatta a montare delle operazioni di disinformazione adattate e credibili). Questo permette di arrivare a un quadro schematico sull'utilizzo della disinformazione, della propaganda e dell'informazione (vi si rappresentano, in grassetto, i bersagli certi e, in corsivo, i bersagli più incerti). Questa rappresentazione non è normativa, nonostante le dichiarazioni d'intenzione ostentate, se non addirittura i divieti previsti dal diritto negli Stati democratici. È necessario considerare le circostanze e le tentazioni che

queste suscitano. Ammettiamo che uno Stato totalitario, una tirannia, non abbia alcun ritegno, alcuno scrupolo; esso tuttavia dovrà tener conto dell'imperativo di efficacia, in maniera che la sua azione non si rivolti contro l'effetto desiderato. Nel caso delle democrazie, si deve constatare che in funzione delle circostanze e della dimensione della posta in gioco, in un dato momento, soprattutto in periodo di crisi, i principi vengono talvolta minati. Il governo utilizza, per comodità, l'azione dei suoi "servizi" per condurre delle azioni contrarie al diritto. I bersagli molto particolari, che sono neutrali in una guerra, e la comunità internazionale durante una crisi sono tanto una tentazione quanto un rischio. Cercare, con tutti i mezzi, di far cadere dalla propria parte chi non ha preso partito può costituire un obiettivo maggiore. Tuttavia, il ricorso alla disinformazione rappresenta un'arma a doppio taglio. Se essa dovesse essere smascherata, questo è sicuramente il risultato inverso che si può ottenere. Disinformare un alleato ha una conseguenza meno rilevante nella misura in cui l'obiettivo non è quello di nuocere direttamente ma piuttosto di rafforzare le motivazioni della sua cooperazione. Questo gioco, particolarmente speculativo, non è molto raccomandabile da un punto di vista stretto di efficacia e fuori da ogni morale. In generale, l'alleato, a meno che non ne sia a priori d'accordo, non è disposto a "bersi" tutto quello che gli si presenta attraverso delle prove come gli ascolti elettronici o le foto satellitari, soprattutto se lui stesso dispone di mezzi di intelligence della stessa natura, anche se la loro qualità non fosse così elevata. Nel 1996, gli Stati Uniti presentarono ai loro alleati delle foto satellitari che facevano pensare che l'Iraq stesse radunando dei blindati alla frontiera del Kuwait. Tuttavia, un Paese disponeva allora di elementi della stessa natura che contraddicevano questa interpretazione di dati. Dunque si rimase al nulla di fatto, senza prendersela tanto.

	Pace, Crisi/Guerra QUANDO?	Interno/esterno DOVE?	Target: nemico/alleato/neutrale CHI?
Disinformazione	P/C/G	Int/Est	Nemico/Neutrale
Propaganda	P/C/G	Est/Int	Nemico/Neutrale
Informazione	P/C	Int/Est	Alleato/Neutrale/Nemico

La propaganda

“Ripetete una bugia cento, mille, un milione di volte, e diventerà una verità”.

Joseph Goebbels

Chi utilizza la propaganda, a chi è diretta, per ottenere cosa e in quali modi? Per rispondere a queste domande, le stesse che abbiamo già posto sulla disinformazione, si dovrà allo stesso modo distinguere le competenze, le procedure e i vettori: “Quattro giornali ostili fanno più male di 100.000 soldati” avrebbe detto Napoleone Bonaparte nel 1802. Figlio della Rivoluzione, l’Imperatore saprà approfittare di questa rilevanza della propaganda, creando all’interno della Francia un sistema di censura di un rigore spaventoso, e moltiplicando le “operazioni di informazione” all’estero. Questa concezione strategica della propaganda venne meno dopo Jena, l’Imperatore cominciò a contare soltanto sulla potenza fisica delle masse e del fuoco. Come rileva lo stratega britannico Liddel Hart con una precisione spietata, Napoleone aveva perso il senso dell’efficacia primordiale dello Spirito.

La propaganda mira dunque ad assoggettare un individuo o un gruppo a un punto di vista, a una causa, a una credenza. Ricerca la sua adesione o, perlomeno, la sua sottomissione intellettuale. La propaganda può costituire un’informazione o essere soltanto un modo di presentarla, tutto dipende dall’intenzione e dal contesto.

Ora, nell’Antichità, la sfera politica e quella religiosa vengono raramente distinte. Il Faraone è Dio. Gli Ateniesi dissociano le due funzioni mentre i Romani fanno rapidamente dell’imperatore un dio a cui deve essere tributato un culto di Stato. Ad ogni modo, la credenza religiosa impregna l’azione politica e militare: lo Stato meta-teocratico sviluppa, quindi, una propaganda rivolta a dei sudditi-fedeli. L’espressione “noi fedeli sudditi” non arriva certo per caso nel linguaggio monarchico, poiché quest’antica tradizione non è mai stata del tutto abbandonata nella nostra epoca moderna. Nei secoli XVI e XVII, i teorici dell’assolutismo in Inghilterra, come pure in Francia, fondano un sistema politico sulla ragione, ma contribuiscono a dargli una consacrazione trascendente. Il re non è certo Dio, tuttavia incarna una volontà e un potere sovraumano che si ritengono materializzare dei poteri di guarigione... i malati si scrofolosi all’uscita della cerimonia di incoronazione dei re di Francia).

Sul modello del dispotismo orientale, i regimi totalitari russi e cinesi hanno sfruttato in modo ateo le credenze popolari sulla sovrumunità del capo “ispirato”, onnipresente e onnisciente.

Per fondare il potere sulla credenza, tutti questi regimi hanno creato e sviluppato delle propagande sistematiche, fatte di temi e procedimenti, diverse nel contenuto ma estremamente vicine nell’intenzione e nella forma, che mirano a colpire gli animi popolari, a riunire i popoli attorno all’immagine sovraumana del sovrano, del partito, di un dio, che ha bisogno di intermediari tangibili.

L’importanza dell’influenza culturale, che è molto simile alla nozione di propaganda bianca, gioca un ruolo enorme e ambivalente. A testimonianza di ciò ci sono i versi di Orazio, “*Graecia Capta Ferrum Victorem Cepit*”: “La Grecia, conquistata, sottomise il feroce vincitore”. Tuttavia, a questa Grecia non rimane altro che la fedeltà di un Polibio, un notabile preso in ostaggio che diviene lo storico lodatore della conquista romana sull’Oriente, agiografo di Scipione Emiliano che asservì la sua terra natale, non si osi più dire la sua patria.

Natura della propaganda

La propaganda politica è spesso considerata come lo strumento principale della “guerra politica” (*political warfare*), termine che si deve tradurre come “condotta delle operazioni politiche” non solamente in tempo di guerra ma anche in questi periodi indecisi, sempre più frequenti – o di cui si sta scoprendo la frequenza – di guerra fredda, di crisi e di lotta contro organizzazioni terroristiche di proiezione internazionale.

Pensare alla propaganda nell’era dell’informazione significa *avventurarsi* nel più temibile dei teatri di scontro moderni dove la controversia imperversa. È per questo che tale parola si lancia come un insulto in faccia dell’avversario per dequalificarne il messaggio informativo. Ciò vale per le relazioni tra Stati durante il tempo di guerra, durante la guerra fredda e anche in tempo di pace.

La propaganda riguarda anche il campo degli scontri tra imprese industriali o commerciali rivali, su questioni particolari come la qualità dei loro prodotti e le norme di fabbricazione. Quindi è particolarmente delicato trattare della propaganda, per almeno due ragioni: ancora oggi si tratta di uno degli elementi più sensibili nel

rapporto tra gli Stati sulla scena internazionale. Inoltre, l'uso della propaganda pone, allo stesso modo, il grave problema del rapporto interno tra lo Stato e l'informazione, tra i diversi poteri che reggono una società costituita. La propaganda tocca i nervi più sensibili e i dossier più spinosi. Essa raggiunge anche i meccanismi della normale vita economica, come la pubblicità.

Questo vale per i regimi totalitari, i cui meccanismi di creazione e diffusione dell'informazione restano spesso schematici, per non dire grossolani, tanto che il discorso è preso per propaganda di Stato.

Ed è ancor più vero per le "democrazie dei media" in cui ciascuno dei poteri si posiziona rispetto all'informazione, mentre il potere dell'informazione si definisce e si conserva in una relazione molto ambigua, allo stesso tempo, complice e antagonista in balia delle relazioni che fanno emergere l'influenza delle potenze industriali, come testimoniano le acquisizioni di capitale nella stampa (da Prouvost e Hersant a Lagardère e Dassault ... fino a Rupert Murdoch e Silvio Berlusconi, passando per il tentativo abortito nel 2001 del conglomerato Vivendi Universal-Time-Warner de J.-M. Messier). Le ramificazioni toccano il settore dell'industria di armamenti e delle esportazioni di tecnologie, entrambi talvolta molto sensibili.

Se il linguaggio e le categorie sono ancora mal stabilite, non è certo per caso. Su questo terreno, al di fuori di qualche esperto cinico, nessuno si sente davvero a proprio agio, in mancanza di un quadro legale. Tutto è in gioco per ciascuna delle istanze di potere: internamente in seno ad uno Stato, tra Stati, ma anche nelle loro relazioni con le organizzazioni transnazionali, piccole e grandi, poiché il potere statale afferma spesso di essere detentore della verità. Così come esiste, di fatto e fuori di ogni morale, un diritto del più forte, l'informazione del più potente, confusa con la sua disinformazione, tende a imporsi come LA verità.

Allo scopo di giudicare con distacco e di avvalerci di un margine di obiettività in un settore in cui questa nozione è soggetta a ritorni problematici, ci rivolgiamo verso il passato. La nozione di propaganda è intimamente legata alla rappresentazione che una società, i suoi membri così come i suoi dirigenti fanno della politica, al modo in cui è informata e ai metodi della sua comunicazione. Si può constatare che il termine ampio "ideologia" permette di rendere conto unendole, delle differenti concezioni di politica, in particolare e soprattutto del rapporto essenziale tra poteri laici e religiosi, tra religione e politica.

I termini propaganda, informazione, disinformazione, pubblicità formano così una nebulosa di attività simili nei loro procedimenti, ma eterogenee nelle loro finalità.

Inoltre, sono competitive poiché ogni dominio lotta per affrancarsi da una vicinanza ambigua per affermare la propria credibilità e guadagnarsi la fiducia. Tutte restano, infatti, fondate su uno stesso principio assertorio inverificabile: è vero perché (io) ve lo dico o perché voi lo sentite come una verità rivelata, la parola di Dio... *“Believe me! Read my lips”*. La parola chiave è “credetemi!”, credete a/in me, datemi la vostra fiducia, la vostra “fede”.

La pubblicità ha ripreso tutte le procedure della propaganda dura (amplificazione, ripetizione, slogan, ecc.) per trasformarli in propaganda dolce. In un caso, la propaganda ideologica, si tratta di radunare degli individui per servire l’interesse di un partito, di un gruppo dirigente, di un’autorità di Stato... Nell’altro caso, l’obiettivo è limitato e lucrativo: far vendere un prodotto. Se la pubblicità mira al profitto, la sua attività non esercita alcun tipo di costrizione fisica sui bersagli-riceventi, anche se si potrà sempre discutere il modo insidioso in cui si persuade il consumatore. Conviene sempre conservare una specie di linea rossa, un principio di misura e di precauzione intellettuale riguardo alla differenza di natura degli ambienti. Qui la coercizione fisica esiste, sia diretta, sia allo stato latente sotto forma di minaccia diffusa, mentre là, il soggetto conserva la possibilità di ritirarsi liberamente, di esercitare la sua capacità di decisione e di scelta senza avere da temere per la sua persona. L’indottrinamento in un campo di prigionieri non ha quindi molti rapporti con l’adesione ottenuta tramite delle tecniche di persuasione dolce con un campione di consumatori!

Dalla tradizione propagandistica naturale alla cattiva reputazione

Credere o non credere, questa è la vera questione!

L’età dell’innocenza senza complessi

La propagazione della fede costituisce, in numerose religioni, una missione per i sacerdoti, talvolta anche per il singolo credente. È per mezzo della propaganda e della predicazione, attraverso la trasmissione del Verbo (la “buona parola”) che si reclutano nuovi adepti, che permettono di allargare il cerchio della comunità dei credenti.

Indubbiamente, la propaganda, come la disinformazione, risulta proprio da una manovra psicologica concepita, organizzata e sviluppata. Identica nei metodi e nelle

procedure, ricorrendo talvolta agli stessi vettori, differisce fundamentalmente nelle intenzioni e finalità. La propaganda veicola, infatti, un'ideologia, una concezione del mondo; ne vanta i meriti e la superiorità in tutti gli ambiti. Con lo scopo di rafforzare la sua argomentazione, può falsificare certi fatti presentati come prove. Può mescolare il vero e il falso per seminare turbamento negli animi. Ma la propaganda chiede di credere; si appella alla fede e non alla razionalità.

Questa credenza è sincera. Si fonda su dei misteri, su un modo di vivere e su delle regole di condotta liberamente accettate e volontariamente osservate. Il cristianesimo antico si è sviluppato in questo modo, dai primi sermoni di Gesù, poi i Testamenti e le Epistole degli apostoli e il ruolo fondamentale di organizzatore che giocò San Paolo. In questo caso preciso, si vedono già apparire delle procedure, dei vettori, dei modi di organizzazione e di finanziamento che mirano all'efficacia massimale nonostante l'uso anacronistico di questi termini moderni. Anche i Romani non si sbagliano e scoprono precocemente il temibile potenziale di un monoteismo seducente, la cui serena intransigenza, l'influenza "dolce" e l'organizzazione efficace minacciano il loro dominio. Invano.

Attraverso il suo sacrificio, in nome della propria Fede, il credente testimonia (è "martire"!). Con il sangue versato, fonda e legittima simbolicamente la credenza. Contribuisce alla fondazione del dogma che trasforma la credenza in "verità".

Bisogna dunque distinguere due tappe nel processo di elaborazione di una propaganda. In primo luogo, all'origine, il sorgere di una nuova credenza che attira, seduce, riunisce in modo tale da raggiungere una sorta di soglia critica che permette la fondazione di un corpus intangibile: il dogma. Il concilio di Nizza elabora un dogma, base intangibile che permette un rilancio più stabile della propaganda cristiana. Da quel momento, si può sviluppare una seconda tappa più conquistatrice, più stabile poiché fondata, senza incertezze e senza alcuna esitazione, sull'esattezza del messaggio da rilasciare.

Nella prima fase, la "propagazione-propaganda" punta a colpire, sedurre e convincere con lo scopo di ottenere questa adesione, che viene chiamata "conversione". È solo più tardi, e solo in certi casi, che essa assumerà un carattere o aggressivo e conquistatore, o reattivo e difensivo, stabilendo così una relazione di ostilità, che potrà condurre al ricorso della violenza armata organizzata. Come si può qualificare la predicazione di Bernardo di Chiaravalle a Vézelay nel 1146? Oppure che dire della "Crociata dei Fanciulli", stupefacente opera di mobilitazione dei più deboli, dei più

poveri, lanciati in una migrazione verso la salvezza e la morte nel cammino verso una Terra Santa che non raggiunsero mai?

Questo schema di progressione nella conquista degli animi si riproduce in modo identico nella comparsa e propagazione storica dell'Islam, dove le nozioni di "*dawa*", la missione di predicazione, e di "*fidai*", il missionario, giocano un ruolo importante. Esso è applicabile alla maggior parte delle sette religiose, come i Testimoni di Geova, la Chiesa Scientista, Moon e Krishnamurti.

Quindi, sarebbe scandaloso affermare che il papa della Chiesa Romana è lui stesso un forte e potente propagandista e che il Vaticano costituisce oggi il focolaio di una manovra ideologica propagandistica millenaria, la quale, nel corso dei secoli, in funzione dei diversi confronti ha definito delle strategie utili in vista di una propaganda, il cui sviluppo pianificato, misurato e progressivo, merita una particolare attenzione. Papa Gregorio XV fonda, nel 1622, la Congregazione per la propagazione della fede *De propaganda Fide*: non fa altro che applicare la linea generale definita dai concili di Trento. La Contro-Riforma, oltre alla riorganizzazione della Chiesa, rappresenta una potente azione di contro-propaganda in reazione alla formidabile diffusione della lettura luterana della Bibbia che sarebbe stata impossibile senza l'invenzione della stampa. Questa vasta manovra ebbe inizio con la fondazione dei Gesuiti, organizzati secondo un modello militare da Ignazio di Loyola nel 1540. Pensata, pianificata, organizzata in uno spirito tridentino, la predicazione gesuitica ha costituito la punta di diamante di una campagna aggressiva, profonda e durevole al servizio del papato. Il campo d'azione di questo confronto si è poi allargato in tutto il mondo, ovunque potessero accedere missionari rivali: innanzitutto le aree di colonizzazione dell'Africa, ma anche in America latina e in Asia. In Giappone, invece, i gesuiti hanno finito col trovare la morte poiché l'Imperatore comprese in tempo il rischio di vedere svilupparsi una potenza spirituale rivale alla sua.

La reazione fu poco differente negli Stati centralizzatori e assolutisti occidentali come la Gran Bretagna e la Francia. John Donne è oggi conosciuto per le sue poesie, ma, ai suoi tempi, furono i suoi pamphlet di propaganda come "Pseudo-Martire" che lo resero celebre. Di famiglia cattolica, si convertì a un anglicanesimo militante che re Giacomo I, successore di Elisabetta I, utilizzò nella sua lotta contro i Gesuiti. Allo stesso modo, i sovrani francesi, di tradizione gallicana, si sono preoccupati della sfida alla loro autorità che potevano rappresentare queste organizzazioni capaci di formare delle reti di influenza al servizio di interessi esterni. Di qui, l'interdizione della Congregazione da parte di Luigi XV.

Quindi, ogni ideologia, per la sua stessa esistenza, si fa propaganda, potenzialmente conquistatrice. La filosofia dei Lumi, che si voleva pacifica e universalistica, ha costituito senza nemmeno esserne cosciente, in un accecamento alquanto paradossale, un'arma culturale di una potenza allarmante, che venne utilizzata dai rivoluzionari francesi per partire alla conquista dell'Europa, abbattendo le tirannie. Le elite borghesi, sedotte, complici e collaboratrici, in uno slancio d'ispirazione aprirono le porte delle città alla libertà contro le monarchie tradizionali, spesso di origine straniera. Sentendo la gravità del pericolo, gli inglesi comprendono che la contro-propaganda diventa vitale: attraverso i pamphlet e le caricature identificano la Rivoluzione Francese con il Terrore e Napoleone con un Orco!

Il successo di queste idee venne evidentemente favorito dai due maggiori errori strategici commessi dai governi francesi: il Terrore, che contraddiceva i principi fondatori della libertà e della tolleranza, in breve, i "cosiddetti ideali del 1789", e, soprattutto, la conquista attraverso la forza delle armi in termini molto tradizionali che Napoleone finì per privilegiare, abbandonando la componente "spirituale" che era stata la forza di Bonaparte nell'Italia del Nord. L'universalismo dei Lumi volse al termine, contemporaneamente alla deriva di un nazionalismo aggressivo, sostituito da un potere imperiale coercitivo, mentre, attraverso il mimetismo ostile del patriottismo francese, il nazionalismo prese slancio nella Prussia occupata e successivamente negli altri Stati del centro e del sud dell'Europa...

Il tempo della coscienza colpevole: maledetta sia la propaganda!

Dopo la fine della Seconda Guerra Mondiale, viene addossata alla propaganda una reputazione negativa: caricatura, deforma ad oltranza la realtà... Percepita in maniera riduttrice come una semplice manipolazione menzognera, una falsificazione dell'informazione, viene in realtà spesso confusa con la disinformazione. Inoltre, durante il XX secolo, la propaganda è stata prontamente associata ai regimi totalitari, che le hanno dato, per la prima volta, in tempo di pace, una forma sistematica in un contesto istituzionalizzato a livello governativo.

Così, si ha la tendenza a dimenticare la propaganda degli Stati o delle istituzioni di epoche passate, limitandola alla sola manipolazione delle menti da parte dei regimi totalitari moderni che miravano a lavare il cervello degli individui per trasformarli in masse docili alla manipolazione, reclutati al servizio dei peggiori obiettivi. Quali esattamente? La questione merita di essere trattata.

- Uno sguardo al passato fa emergere una critica precoce della propaganda.

L'antichità conosce la denuncia di Platone, tramite la figura di Socrate, dei Sofisti, Gorgia e Protagora nei quali, ingiustamente d'altronde, non vede che dei maestri della forma, indifferenti alla verità. Secondo i termini della denuncia platonica, la forma del discorso costruisce una convinzione che si impone come la realtà dei fatti sostituendosi alla verità dell'idea. Il rigore logico, la seduzione degli argomenti scelti, la bellezza della lingua producono sull'ascoltatore una accecante chiarezza convincente. Si trova, all'origine, questo principio: la realtà non è altro che ciò che si vuole che sembri. È tutta questione di abilità nel costruire un'illusione di realtà, un simulacro di verità. Questo tema attraversa secoli e civiltazioni.

Tra il 1920 e il 1945 si sono instaurati in Occidente dei regimi ideologici fondati sulla costrizione poliziesca e la manipolazione coercitiva delle masse, che utilizzavano i mezzi di comunicazione moderni per instillare una propaganda che non ammetteva alcuna contestazione. Questo sistema di governo chiamato totalitarismo (sia di destra che di sinistra) si è diffuso in tutto il mondo colpendo Paesi come la Russia, la Cina, il Giappone, la Corea del Nord e in certi Paesi africani per dei periodi di tempo variabili. Ha eretto sistematicamente la propaganda a strumento di controllo e di sottomissione delle masse, rendendola obbligatoria attraverso la forza e la proibizione coercitiva di ogni discorso alternativo critico o meno. Il totalitarismo è caratterizzato, in un primo tempo, da un monologismo del discorso e del pensiero al servizio di un partito unico. La propaganda si sostituisce all'informazione; diventa uno strumento coercitivo del governo (con la soppressione del pluralismo di opinione politica) e di controllo delle menti, perfino dei meccanismi del pensiero. I dissidenti sovietici si sono sforzati non solo di opporsi a questo discorso, ma anche di smontarne i meccanismi logici e decostruirne i principi con lo scopo di restaurare il libero funzionamento dell'intelletto, paralizzato dal gergo politico.

Le due fasi precedentemente segnalate ritornano. Prima quella della conquista delle menti attraverso un'ideologia. La propaganda attira, magnetizza, seduce... Essa è molto simile alla prima tappa della propaganda politica o religiosa ordinaria. Viene poi la seconda fase, quella dell'**asservimento** coercitivo delle menti che porta alla presa del potere, degli strumenti di controllo della società e al richiamo all'ordine, perfino all'asservimento totale dei media; tutto questo in una prospettiva di instaurazione del

potere per una durata indefinita, eliminando con la forza ogni alternativa, ogni dissidenza.

Anche se conosce degli adattamenti conformi allo sviluppo dei vettori mediatici moderni, questo processo totalitario, lungi dall'essere compiuto, continua a svilupparsi nel mondo attuale. Come avevano capito i teorici ed esperti della manipolazione delle folle, questi vettori erano anche stimolanti: servivano gli effetti di massificazione al punto che venivano promossi dall'adesione delle folle controllate, ma offrivano immense opportunità all'essere umano per esprimere una certa parte di se stesso. *Il comunismo*, avrebbe detto Lenin, *sono i sovietici e l'elettricità*. Lo stesso dicasi della relazione tra Al Qaeda e Internet o la telefonia mobile. Certamente essa corrisponde a una logica più sottile, che concede maggiore autonomia all'individuo, dal momento che è "inquadrata" ideologicamente, e a una logica di rete transterritoriale che corrisponde alle nozioni di *dawa* e di *oumma* (comunità spirituale transfrontaliera, in opposizione ai concetti di Stato/Nazione/Frontiera). Ciò non esclude affatto la centralizzazione ideologica (il dogma) e una gerarchia fondata sull'autorità spirituale di un piccolo gruppo ispiratore e dirigente.

Denunciare la propaganda dei governi, del "potere" in carica, per i media rappresenta anche un modo di affermarsi, aprendo uno spazio di libertà, quello dell'informazione non "obiettiva" ma liberamente critica. In questo modo, essa cerca di porsi come potere autonomo, libero dall'azione del potere di Stato che, fino allora, limitava le sue iniziative e controllava il suo modo di funzionare. Ciò è particolarmente vero nei Paesi con forte tradizione statale, come la Francia e il Regno Unito.

Quest'approccio virtuoso vale anche per la pubblicità, che trova tale pratica una gradita occasione per crearsi uno spazio proprio. Essa si sbarazza del sospetto di non essere altro che una "dolce" azione di lavaggio del cervello, dal momento che, nei fatti, metodi, procedure e vettori sono apparentemente del tutto identici. Tuttavia ha due riserve ben precise. Innanzitutto gli scopi: la pubblicità, come il crimine organizzato, ha un fine puramente venale, il suo obiettivo è il profitto associato alla vendita; poi, la natura dell'ambiente che, anche se insidioso, permane incitante e non coercitivo. Nessuna potenziale minaccia dell'uso della violenza viene pendere sulla testa del consumatore potenziale. Sebbene la società dei consumi costituisca un "modello" eminentemente criticabile, la sua comparsa corrisponde alla libera evoluzione dei gruppi sociali organizzati. Il tentativo maoista di evitare alla Cina questo destino consumistico, ha portato soltanto alla creazione di un'economia disastrosa, a una

sterilizzazione culturale, poiché tutto si basa su un sistema di governo di una grande violenza coercitiva fisica e mentale.

Target, temporalità e modalità della Propaganda

Distingueremo, in maniera classica, tre categorie di target, tre temporalità e tre modalità di azione.

Target

Nella sua forma tradizionale, la propaganda lavora sulla relazione individuo-gruppo e si rivolge all'individuo per fonderlo nel gruppo. Successivamente, mobilita il gruppo, l'aggregato, con lo scopo di dissolvere meglio l'individuo nel suo stato magmatico, indifferente a ogni pensiero individuale. La disinformazione agisce clandestinamente per rafforzare questo processo.

Di solito, la propaganda punta agli individui, uno a uno, ma anche e soprattutto quando sono membri di una comunità. L'individuo non è raggiunto se non quando è capace di fondersi nell'entità a cui si rivolge la propaganda: il popolo, le masse, il proletariato, la classe operaia, l'*aumma* (comunità dei musulmani), ecc.

Come per la disinformazione, esistono tre categorie di target o di "destinatari-ricettori":

- il proprio campo;
- il campo avversario;
- i "terzi": neutrali, alleati, comunità internazionale.

Il termine "campo", preferibile a "società" o anche a "stato", è più adatto per designare l'insieme più o meno stabile formato da un governo e una popolazione, indipendentemente dalla natura del regime politico che ne ha stabilito la relazione. Ora, questa relazione costituisce un asse portante, un centro di gravità, sul quale la propaganda e la disinformazione concentreranno i loro sforzi, con lo scopo di indebolire, sciogliere il legame, addirittura romperlo, per favorire un cambiamento politico (*regime change*) considerato più favorevole.

In funzione dei target, la propaganda cerca dunque di far vacillare, demoralizzare, terrorizzare gli oppositori; di sedurre, raggiungere, convertire gli indecisi e di conservare e rafforzare il campo dei convinti e altri simpatizzanti. In

questo senso sembra molto vicina alla comunicazione della violenza ideologica che utilizza il terrorismo.

Temporalità

Si esercita la propaganda sia in tempo di pace o di guerra, sia nella situazione di competizione intermedia, incerta e instabile tra due Stati, che tende a generalizzarsi.

In funzione della qualità delle relazioni, gli obiettivi, le modalità e le percezioni sono ovviamente molto vari. La distinzione tra pace e guerra si rivela spesso artificiale a causa di situazioni come la guerra fredda o di situazioni di scontro senza violenza aperta, ma che costituiscono una fase preparatoria alla guerra (Francia-Germania 1933-1939). Durante questa fase, propaganda e disinformazione puntano a minare il morale dell'avversario, a scoraggiarlo, a gettarlo nell'incertezza, a ridurre il suo potenziale di resistenza. La propaganda può anche essere utilizzata con lo scopo di aggravare le tensioni e di azzerare gli sforzi che mirano a una risoluzione pacifica dello scontro. In ogni caso, l'obiettivo è di ottenere una forma di sottomissione, di soggezione implicita, fondata sulla riconoscenza della superiorità del punto di vista, dell'ideologia supportata dalla propaganda.

Una delle caratteristiche del totalitarismo è che utilizza in tempo di pace la propaganda nera e la disinformazione non solamente contro i suoi avversari ma anche contro la sua stessa popolazione.

Gli studi sulla propaganda concordano nel riconoscere l'esistenza di tre categorie

Bianca: la fonte è dichiarata e ha quindi la piena responsabilità dell'informazione che trasmette. Punta all'insieme dei ricevitori che ne prenderanno atto come sembrerà loro opportuno, in situazione di libero arbitrio. Per esempio *Voice Of America*, *Radio Free Europe* o la *BBC*, avevano il compito, durante la guerra fredda, di fornire un'informazione esatta e di promuovere i valori democratici che si opponevano, per natura, all'ideologia comunista.

La propaganda aperta, detta bianca, costituisce quindi un'informazione fondata sui fatti e sull'analisi elaborata da emittenti identificabili. In questo senso, essa non differisce dalla stampa politica che manifesta chiaramente se non la sua affiliazione a un partito politico (che è sempre più mal visto), almeno il suo sostegno a un corpus di valori (una "linea editoriale", come si diceva nell'URSS una "linea generale") più o meno

nettamente definita. Sebbene presenti i fatti con delle inflessioni analitiche, conformi a un punto di vista, la propaganda non si nasconde. Non cerca di ingannare ma di influenzare lo stato mentale e i modi di pensare di una determinata audience, a scopo di adesione o di benevolenza nei confronti dell'obiettivo che l'emittente cerca di raggiungere.

Grigia: la fonte d'informazione è indeterminata. Non viene rivendicata da nessun organismo, ma viene diffusa in maniera neutrale. È una ritrasmissione senza punto di vista, senza obiezione. Si avvicina all'informazione e alla diceria.

Nera: si tratta di un'azione ostile di disinformazione poiché la fonte è mascherata o falsificata. Viene preparata, organizzata, pianificata e eseguita con lo scopo di produrre un effetto destabilizzante su un bersaglio considerato nemico.

Conformemente al principio di rovesciamento che regge lo scontro delle propagande, la contro-propaganda consisterà nell'indurre a pensare che la propaganda bianca è nera, che il messaggio d'informazione aperto non è in realtà che un'azione di disinformazione...!

Gli spazi della propaganda: regimi politici e territorialità

● Propaganda interna in un regime non democratico

Partendo da queste categorie, che nella realtà non sono mai perfettamente distinte e nette, è quindi opportuno fare una distinzione tra la propaganda attrattiva e incitante (persuasione dolce) e la propaganda coercitiva, poiché esse esercitano la loro azione su spazi diversi e variano a seconda della natura del regime che se ne fa uso.

L'una mira a far aderire, attirare e sedurre. L'altra invece cerca di chiudere, limitare, comprimere lo spazio del pensiero, della riflessione, di inibire ogni capacità critica, ogni *interrogativo*. È una repressione permanente e generale dell'intelletto individuale e collettivo. Fin dal 1921, i bolscevichi avevano creato l'Osvag, una sorta di Ministero dell'Informazione. Quest'ultima viene concepita come uno strumento rivoluzionario che produce un'agitazione psicologica perturbatrice e destabilizzante nei confronti del nemico. È esattamente il contrario dell'informazione pluralista e verificabile, se non "oggettiva". Quasi simultaneamente sopraggiungerà la seconda componente: la stabilizzazione delle acquisizioni al proprio interno. Nonostante la continuità dell'azione del Comintern, la decisione strategica di priorità alla costruzione del socialismo in URSS, riorienta la propaganda. L'informazione punta a rinsaldare il

regime assicurandone durevolmente il controllo ideologico sulle masse. Seguiranno molti altri orientamenti, esigendo talvolta dei voltafaccia estenuanti e dannosi per la credibilità stessa della propaganda.

Questa concezione dell'informazione e dei processi di comunicazione prende come sostrato un pensiero unico, che si impone per monologismo, gergo politico, ridondanza e tautologia, affinché si ottenga una conformità equivalente di pensiero di tutto il corpo sociale. Ovviamente, ogni contestazione e deviazione dissidenti vengono duramente repressi, ma l'azione del "Grande Fratello" è un'intossicazione, che Tchakhotine e, dopo di lui, i dissidenti sovietici come A. Zinoviev, chiamano "avvelenamento psicologico". Tuttavia, sarebbe riduttivo credere che i totalitarismi si siano limitati per natura alla sola coercizione. Essi hanno sempre cercato di sostenere un discorso seducente sia all'esterno che all'interno, sulla base di promesse di un avvenire migliore... "radioso", che giustificasse la situazione intollerabile del presente.

In linea di massima, durante il tempo di pace, una società democratica deve guardarsi bene dallo sviluppare una propaganda diretta alla sua stessa popolazione. Significherebbe contravvenire al libero esercizio del pluralismo politico. Essa non vi dovrebbe ricorrere se non a fini di protezione, per contrastare l'aggressione avversaria, sia in situazione di guerra o di crisi grave, sia in questo spazio di confronto ambiguo, quale fu la guerra fredda. Tuttavia, in queste circostanze incerte e ambigue, come dimostrarono numerosi specialisti dell'azione psicologica, certe regole deontologiche devono essere rispettate. Si vide presto contrapporsi una scuola britannica molto moderata a una scuola americana ben più radicale.

Ogni trasgressione alla deontologia dell'informazione, ogni manipolazione costituisce una disfatta su scala mondiale per la reputazione e la credibilità dei regimi democratici. D'altronde, una simile trasgressione verrà immediatamente sfruttata dalla contro-propaganda degli avversari, che faranno notare che questa presunta libertà dell'informazione non sarebbe altro che la maschera di propagandisti, addirittura di disinformatori, che usano dei procedimenti più sottili e dei canali diversi. Inoltre, queste trasgressioni e queste derive si trovano costantemente poste sotto la sorveglianza interessata del potere dei media, che possono scegliere di denunciarli, con riserva delle relazioni di compromesso tra poteri.

Non solo un governo democratico che utilizza una propaganda aggressiva, simile alla disinformazione, nei confronti del suo popolo, corre il rischio di discredito, ma la democrazia stessa rischia di perdere fiducia in se stessa e nei propri valori.

● Propaganda coercitiva in tempo di guerra

In tempo di guerra aperta, la situazione è in apparenza più semplice, più netta, poiché il nemico è identificabile. Tuttavia, le spedizioni lontane, le guerre non dichiarate, denominate “operazioni esterne”, cui vengono attribuiti nuovi eufemismi diplomatici, come “l'imposizione” o il “ristabilimento” della pace, la “proiezione della stabilità”, l'interposizione ecc., complicano la comprensione della realtà, confondendola. Meno le situazioni sono chiare, più la disinformazione trova un terreno fertile per la sua attività.

Uno scenario sorprendente, frequente nei suoi fallimenti e raro nei suoi successi, è la propaganda che si sviluppa nell'ambito di una guerra, detta di liberazione esterna. È tramite l'invasione militare, il rovesciamento di un regime al potere, la conquista e l'occupazione temporanea del territorio e di un popolo, che l'aggressore pretende di “liberare”. Dopo la Rivoluzione Francese, la storia trabocca di queste imprese fallite.

Citiamo, ad esempio, il grande fallimento della propaganda tedesca nell'URSS, in particolare in Ucraina, che pretendeva di liberare i popoli slavi dal giogo sovietico, procedendo a dei massacri incoerenti. La propaganda dell'occupante corrispondeva quindi a una sorta di violenza culturale, organizzata sistematicamente dai servizi dedicati: la “*Propagandastaffel*”, il Cominfom nei Paesi baltici annessi, nell'Europa centrale e, più in generale, nei Paesi in cui un partito comunista era in azione. Questa esigenza di sottomissione è stata accompagnata a un prelevamento economico predatore, a titolo di “danni di guerra”, seguito dall'imposizione di un sistema economico assurdo.

Quindi, il rifiuto contemporaneo di ogni propaganda proviene ampiamente da questa tragica esperienza, di storia recente, di popoli invasi e oppressi. La propaganda afferma che sono stati “liberati”, mentre la realtà della situazione corrisponde alla sottomissione, all'occupazione politica e militare da parte dello straniero vittorioso. La liberazione esterna, inoltre, non ha possibilità di successo se non è di breve durata e se non si accompagna al rapido ritorno alla prosperità economica, a un livello di vita e di attività migliore di quello che prevaleva prima. Non essendo stati capaci di creare questa dinamica, gli Stati Uniti hanno conosciuto difficoltà inestricabili, nel periodo 2004-2009, in un Iraq devastato, straziato e instabile.

Per quanto sia sofisticata, la propaganda non riesce più a raddrizzare la situazione quando il livello di degradazione reale è così manifestamente elevato.

Alla fine, si ottiene una matrice semplice, che raggruppa la gamma di attività possibili ed efficaci della propaganda, comprese le operazioni esterne che si avvicinano alla disinformazione, ovvero:

- aggressione tramite la contropropaganda e la disinformazione; coercizione a carattere dissuasivo, attraverso il terrore, annunciando la minaccia di un [testo illeggibile] traditori, coloro che si rifiutano di scegliere il loro campo (“o con noi o contro di noi, niente mezze misure”, disse George W. Bush, dopo l’11 settembre 2001);
- infine, seduzione, indipendentemente dalla natura del governo che utilizza la propaganda.

Queste attività si esercitano in due spazi distinti, relativamente separati, che oppongono l’interno – la propria popolazione – e l’esterno – cioè il nemico e tutti gli “altri”, alleati e neutrali.

All’esterno: aggressione, attraverso il ricorso alla propaganda, che si fabbrica e si diffonde, e che comporta un attacco della propaganda avversaria; seduzione per creare turbamento, esacerbare le divisioni, seminare la discordia o persino riunire certi elementi politici, etnici, religiosi della popolazione dello Stato avversario. La coercizione non si può prendere tanto in considerazione salvo ricorrere al terrore come strumento di propaganda, a condizione di saper mantenere l’equilibrio attraverso una capacità di selezione tra quelli che si intende sedurre e gli altri bersagli della coercizione terrorizzante. In questo caso l’opzione di seduzione si vede considerevolmente ridotta, sebbene vi siano sempre dei candidati collaboratori.

All’interno: si utilizza un mix di seduzione e di coercizione, con lo scopo di raggiungere la propria popolazione ed eliminare ogni velleità di opposizione critica.

Funzionamento della propaganda: l’uomo, le macchine, le competenze

L’obiettivo viene chiaramente stabilito e consiste nel provocare un vacillamento delle credenze anteriori e delle idee acquisite, per sostituirle con un altro modo di vedere le cose, creare le condizioni di accettabilità e di adesione finale a un altro sistema di valori.

Le modalità della controversia assumono un andamento più tecnico. Dopotutto, la propaganda è solo una questione di metodi ben applicati e di vettori competitivi. Non importa quale contenuto sia suscettibile di “passare”, dal momento che degli specialisti sanno come farlo.

Al contrario, si metterà in risalto che la propaganda non è legata che in via accessoria a un modo di trasmissione delle idee e meno ancora a un vettore, ma molto al valore del contenuto i cui i criteri di apprezzamento si rivelano particolarmente difficili da stabilire. Il protestantesimo esisterebbe senza le stampe di Gutenberg, che permisero a Lutero e a Calvino di diffondere la Bibbia in lingua non-latina?

La propaganda utilizza dei procedimenti, necessita di vettori e, di conseguenza, raccoglie l'uso di tutti quelli che sono a sua disposizione, dall'antichità fino ai nostri giorni, dal più primitivo al più sofisticato. Inoltre, l'utilizzo di procedimenti antichi, considerati obsoleti, ritorna sempre, con grande sorpresa di coloro che ne avevano perso la memoria.

È necessario distinguere i procedimenti, come la ripetizione o l'amplificazione, dai vettori che si rivelano particolarmente utili in vista della produzione-realizzazione dei procedimenti stessi. Ci sono dei vettori di emissione/amplificazione adatti a una situazione locale, puntuale e tattica, adatti al terreno (altoparlanti), e dei vettori di riproduzione/ripetizione come le fotocopiatrici, i fax e altri strumenti di trasmissione rapida (Internet). Così si arriva alla seguente formula:

$$p = M (I.i). p.v$$

Il Messaggio M è Informazione, fattore d'intenzione, che può essere inteso in due modi a seconda che sia aperto o nascosto in "secondi fini". È questa i che distingue P per propaganda, P per pubblicità, P per procedimento e v per vettore.

Il carattere, repressivo all'interno e aggressivo all'esterno, si è traduce nella moltiplicazione degli organi, alcuni ufficiali, altri dissimulati, che mirano a instillare delle concezioni del mondo, ciò che è ordinario e normale per una propaganda, ma privilegiandone sempre più la disinformazione, in modo tale da ingannare totalmente i destinatari quanto ai fini ricercati. La propaganda diviene così l'equivalente di una disinformazione generalizzata, che punta all'asservimento mentale dei suoi ricettori. Tuttavia, immediatamente, in secondo piano, la repressione fisica si occupa degli scettici e di altre velleità critiche.

● *Propaganda, educazione, indottrinamento:
preparazione del terreno, superficie e profondità*

È quasi nella culla, perlomeno alla scuola materna, che nella maggior parte delle società del nostro mondo comincia il lavoro della propaganda. Si inculca così l'odio come si impara a camminare.

Quando a cinque anni i bambini cinesi, muniti di un fucile di legno, sfilano nel cortile della scuola cantando "Taiwan tornerà cinese", con che cosa abbiamo a che fare? O quando gli scolari francesi vengono formati da giovani istruttori "ussari neri" della Terza Repubblica, per prepararsi alla riconquista dell'Alsazia-Lorena..., di cosa si tratta?

Il libro di lettura costituisce un vettore di propaganda e di indottrinamento che segna il bambino per tutta la sua esistenza. Spesso questo libro fu la Bibbia, ma poteva essere anche il Corano, mentre il libro di lettura *Le tour de la France par deux enfants*, radicò un patriottismo che richiamava implicitamente alla rivincita. Quando i bambini palestinesi nelle loro scuole imparano a venerare i martiri che hanno compiuto delle azioni suicide – i quali possono essere i loro fratelli maggiori, i loro padri, i loro cugini e vicini di casa... – la propaganda non tocca più solamente la superficie delle cose, il momento dell'avvenimento, bensì s'immerge nella profondità psico-sociale. Si tratta allora di un indottrinamento sistematico, le cui ripercussioni saranno profonde e durature, in misura proporzionale all'ancoraggio nella realtà.

L'efficacia di una propaganda come funzione del grado di adeguamento all'ambiente reale

Si prendano due casi: le trasmissioni radiofoniche in inglese indirizzate alle truppe americane in Giappone (*Tokyo Rose*) o nel Vietnam del Nord (*Hanoi Hannah*). Il procedimento non era molto differente: stessa sdolcinata voce femminile, stessi target, i G.I., in preda alla nostalgia del proprio Paese e all'angoscia del combattimento, stesse corde sensibili... Ora, tanto le trasmissioni radio giapponesi ebbero poco impatto, quanto la "*Voice of Vietnam*" fu capace di colpire il morale dei soldati americani, insinuando il dubbio sulla legittimità della loro presenza in Vietnam. Per di più, i nordvietnamiti non esitavano a manifestare la loro conoscenza delle unità americane (localizzazione, composizione), cosa che non poteva far altro che deprimere i giovani soldati, e a esacerbare la loro inquietudine.

Fino al 1990, Radio Tirana diffondeva la "verità" marxista-leninista albanese, in un contesto del tutto eterogeneo. Questa propaganda dipendeva involontariamente da una trovata surrealista. Ma quando Radio Londra ha preso lo slogan su un'aria di cucaracha

“Radio Parigi Ment... Radio Parigi est allemand...” (Radio Parigi mente... Radio Parigi è tedesca), questo sottolineava che, essendo nelle mani delle autorità tedesche, Radio Parigi non poteva che mentire dal momento che era in balia della *Propagandastaffel*, la quale non aveva alcun interesse a dire la verità ai francesi.

Nel settore della pubblicità e del marketing, l'efficacia della campagna di condizionamento dipende da un'indagine accurata del mercato e dei gruppi-target che lo compongono. Progressivamente, le tecniche di comunicazione hanno raggiunto dei livelli di sottigliezza poco noti al pubblico. Tale è il caso, per esempio, del “design di comunicazione”, che ha lo scopo di creare, in occasione delle mostre, “un ambiente sensoriale propizio alla percezione positiva” dei prodotti esposti. Sorprendentemente si può constatare che tutte queste tecniche commerciali di motivazione, tutti questi meccanismi di influenza si sono ispirati al settore militare, di cui utilizzano abbondantemente, per metafora, il vocabolario. Per uno strano, se non giusto ritorno delle cose, oggigiorno si osserva che gli eserciti e i Ministeri della Difesa occidentali assumono queste pratiche come modelli della loro comunicazione, con discreti successi.

Un caso di mobilitazione di massa attraverso la persuasione “dolce”: il segno monetario

Si tratta di far aderire una popolazione a una grande trasformazione, sulla quale non è stata direttamente consultata, ma che non le si può imporre brutalmente. È importante far credere nei benefici risultanti da questo cambiamento.

La messa in circolazione di una moneta nuova costituisce da sempre un'impresa, in cui le poste in gioco superano di gran lunga il mero ambito finanziario. Se si vuole considerare che la riuscita dell'operazione si fonda sull'ottenimento di “credito” (“fiduciario”), molla eminentemente psicologica, di un vasto gruppo di utenti, si deve constatare che la ricerca dell'adesione passa attraverso metodi di propaganda. Lo scambio del segno monetario è diventato così comune, così “naturale”, che si finisce per dimenticare il suo carattere eminentemente simbolico e artificiale. Ce lo ricorda periodicamente la dura realtà, quella delle inflazioni galoppanti e delle bancarotte, che ricorrono di tanto in tanto.

La moneta è per eccellenza il dominio della propaganda, del falso e della disinformazione, e il falsario può essere lo Stato stesso (Filippo il Bello). Precursore della cartamoneta, il banchiere scozzese, John Law, sviluppò in Francia, sotto la

Reggenza, un sistema che, per mancanza di fiducia, crollò in un fallimento che fece vacillare il regime.

Il deprezzamento dell'assegnato emesso dai diversi governi durante la Rivoluzione Francese ha costituito una menzogna di Stato quasi permanente, da cui trasse profitto una schiera di affaristi e di speculatori legati essi stessi ai politici. Il marco tedesco conobbe nel 1920 la più spettacolare inflazione della storia, il suo valore fu letteralmente trasformato in feticcio a partire dagli anni '50. Allo stesso modo, la reputazione del dollaro *as good as gold* fu uno slogan duraturo, superato dopo quarant'anni, sebbene gli scambi mondiali continuino a considerarlo come valore di riferimento. Fare buon accoglienza all'euro ha costituito un'azione di propaganda di lungo respiro, con lo scopo di far adottare questa moneta nei Paesi dell'Unione Europea – ma non in tutti (oggi 16 su 27). La campagna di informazione, chiaramente tendenziosa poiché vantava i meriti senza mai dilungarsi sui possibili inconvenienti, si è sviluppata per diversi anni, al fine di preparare le opinioni fin dalle scuole elementari!

Violenza politica, violenza ideologica, terrorismo e disinformazione

“Qui siamo nel West, Signor Senatore, e quando la leggenda diventa realtà, vince la leggenda.”

John Ford, *L'uomo che uccise Liberty Valance*, 1962

Natura della violenza politica e il suo rapporto con la disinformazione

Ecco, di nuovo, un termine apparentemente incerto. È deliberatamente generale in modo da inglobare delle pratiche di violenza molto diverse, sviluppate in contesti di scontro, altrettanto vari. La lotta tra l'informazione e la disinformazione vi occupa un posto essenziale, dal momento che (quasi) tutti i mezzi sono buoni per discreditare l'avversario. L'uso della forza è considerato “politico”, per distinguerlo dal “diritto comune”, ossia, la criminalità passionale o venale, individuale o organizzata. Ciò permette di evitare di abbandonarsi alla propensione molto diffusa, di nominalizzare “il terrorismo” come se questo modo d'azione, di per sé, costituisse un obiettivo e avesse un'identità.

Negativamente, si può considerare che la nozione ricopre tutte le pratiche conflittuali che non rientrano nel campo della guerra regolare. La denominazione rinvia all'uso da parte di un'**organizzazione irregolare, non statale o para-statale**, della violenza fisica al servizio di un obiettivo “politico”. Include dunque il terrorismo, la guerriglia (ed evidentemente le risposte) ma anche le attività di contestazione politica pacifica (scioperi, manifestazioni), suscettibili di degenerare e di essere manipolate da agenti provocatori, da un lato come dall'altro. Su quest'ultimo terreno, particolarmente scivoloso, la disinformazione assume un'importanza considerevole, contribuendo a influenzare le menti, a far propendere le simpatie da una parte o da un'altra. La questione dello Stato e del governo è centrale poiché è oggetto di una critica politica radicale, che giustifica la protesta, l'insurrezione e l'azione terroristica clandestina. Lo Stato così chiamato in causa dovrà giustificare la sua legittimità, ma quest'ultima dipenderà sempre più dalla natura della risposta che esso organizza contro i contestatori dell'ordine stabilito. Ciò detto, l'uso della forza e della repressione più brutale si è rivelato vantaggioso in numerose occasioni storiche e in tutto il mondo. Tuttavia, non esiste caso in cui la disinformazione non sia servita a ingannare l'opinione

pubblica, a demoralizzare l'avversario, a discreditarne le azioni legittime, ecc. Per sua natura, la violenza politica cerca di acquisire la superiorità nella comunicazione attraverso l'informazione tanto quanto la disinformazione. Viene considerata "illegale" nella misura in cui si esercita fuori dalla cornice dello Stato, considerato in linea di principio come il detentore legittimo del monopolio dell'uso della forza. Tuttavia, il termine permette di lasciare aperta la difficile questione del "terrorismo di Stato", che si definisce come una violenza terrorizzante messa in atto per ordine del governo dai servizi, detti di "sicurezza di Stato", da milizie mercenarie e altri "squadroni della morte". Non si potrà più, logicamente, considerare legittima la violenza terrorizzante esercitata da un governo rivoluzionario, con lo scopo di consolidare durevolmente la propria autorità, affermandosi come il depositario di una nuova legalità. E ancora, la disinformazione gioca un ruolo importante, che permetterà, nei confronti della popolazione, ma anche della comunità internazionale, di far valere chi è o chi non è rappresentante della Legge.

Lenin, in realtà, soppesò la propaganda e il terrorismo degli anarchici e dei socialrivoluzionari (SR) russi, non perché ne rigettasse il principio, ma perché constatava che questo modo d'azione aveva fallito di fronte alla repressione zarista, in particolare di fronte all'azione della polizia politica, l'Ochrana. Così Lenin, appena giunto al potere, mette a punto gli ingranaggi di un terrore di Stato di cui, invocando Robespierre, rivendica il carattere necessario contro i nemici della rivoluzione. I socialrivoluzionari (tanto quanto i "Bianchi") divengono subito il bersaglio della nuova Čeka, erede della polizia politica zarista, incaricata di eliminare ogni opposizione. Il fenomeno merita attenzione dal momento che si costata la sua riproduzione in maniera identica. In Iran, gli oppositori, terribilmente repressi dal Savak del regime dello Scià, si affrettarono a mettere a punto un nuovo strumento di repressione, ricorrendo agli stessi procedimenti.

Ideologia – Politica – Religione

Non si può opporre il termine "politica", come si fa talvolta, alla motivazione "religiosa". Una religione è certamente una spiritualità, ma essa si inserisce nel mondo temporale, dove costituisce anche un'ideologia in azione. Per realizzarsi, essa sviluppa delle strategie e ricorre a dei mezzi di diffusione come, per eccellenza, la propaganda. La "Causa", in nome della quale un gruppo o una comunità prende le armi, può poggiare su delle motivazioni religiose. Lungo tutta la storia, sono innumerevoli i casi di religioni e

di sette che hanno utilizzato la violenza in tutte le sue forme, sia per affermarsi contro altre religioni e impadronirsi dello Stato (l'Iran khomeinista), sia, al contrario, per opporsi a una coercizione religiosa straniera (gli antichi Ebrei che rifiutarono il culto dell'Imperatore). Ogni ideologia politica o religiosa dissidente mira, infatti, a un cambiamento di governo o di autorità, a una trasformazione radicale del referenziale di valori spirituali adottati dalla società. Essa ricerca una trasformazione profonda della natura stessa di questa società: instaurare la Sharia, la dittatura del proletariato, abolire lo Stato... liberare il popolo anche a costo di asservirlo e massacrarlo in massa. In un simile contesto, come si può qualificare il progetto rinnovatore di Pol Pot che si rivelò sterminatore in Cambogia?

Ognuno degli attori, dal canto suo, si sforza di superare la relativizzazione per aspirare a un assoluto, che trascenda il contesto ordinario dell'azione politica e persino di una religione. Iniziatore di una critica radicale nei confronti dell'ideologia, denunciatore dell'"oppio del popolo", il marxismo si è infine rivelato un'ideologia tra le altre. La ragione politica e filosofica classica, così come la teologia razionale, rifiutano queste ideologie totali, a scopo assoluto, ma senza mai riuscire a imporsi definitivamente contro il loro eterno ritorno sotto delle forme instancabilmente rinnovate in diverse parti del mondo.

La presa del potere può certo costituire un fine in sé, ma è rarissimo che questo obiettivo sia enunciato senza mezzi termini. Gli attori si ricoprono di motivazioni ideologiche, si circondano di un corteo di valori e di argomenti, ai quali aderiscono più o meno sinceramente; questo che sembra preferibile ricorrere al termine "ideologia", più inglobante, e che mostra bene che è un'idea, se non addirittura un ideale, a costituire il motore dell'azione intrapresa.

Questa violenza ideologica, sebbene non si identifichi con la guerra interstatale classica, quale "continuazione della politica con altri mezzi", secondo la celebre formula di Clausewitz, fa del ricorso alla violenza spettacolare uno strumento molto efficiente, che permette di modificare la situazione politica.

Il ricorso alla violenza nel nome di un'ideologia pone, allo stesso modo, la questione di sapere se i gruppi che vi ricorrono, per il semplice fatto che mostrano, contrariamente ai criminali comuni, degli obiettivi disinteressati, abbiano diritto a un riconoscimento particolare, sia da parte dei media sia da parte delle autorità politiche legittime, ciascuno influente sull'atteggiamento dell'altro. Ciò equivale a enunciare lo statuto della violenza organizzata, condotta da "irregolari", da gruppi "autoproclamati", che noi qui chiamiamo "organizzazioni non governative violente" (ONG-v). Quale

istanza internazionale, quindi, deciderà, e secondo quali criteri, della legittimità della lotta ingaggiata da tali gruppi? Gli Stati contro i quali le ONG-v entrano in lotta rifiutano loro, per principio, questo statuto politico e intendono trattarle secondo il diritto comune di normali criminali. Gli “assassini” del FLN vengono ghigliottinati, gli scioperanti della fame dell’IRA soccombono nella loro prigione, i *fedayyin* palestinesi vengono giudicati da corti di giustizia militari eccezionali... I combattenti ceceni e i membri del PKK (curdi), tutti, vengono chiamati “terroristi” dai loro avversari. Sotto questa denominazione, essi diventano l’oggetto di uno stigma ufficiale al quale i media, come vaste camere di risonanza, contribuiscono. Tuttavia questi stessi media, attenti ai fatti e all’ascolto delle interpretazioni contraddittorie, che ne dà una parte spesso minoritaria ma colta dall’opinione pubblica, o meglio ancora dalla “comunità internazionale”, alimentano un dibattito senza tregua, rilanciato dall’attualità sulla natura politica dell’azione condotta. Si riduce all’ufficiale presentazione peggiorativa?

Resistenti, combattenti della libertà (“*freedom fighters*”), attivisti, insorti, ribelli, guerriglieri, partigiani, franchi-tiratori: la diversità di denominazioni mostra la confusione di nozioni. Il termine “militante” è anzi l’oggetto di una controversia. Nel Kashmir per esempio... dove i “militanti” considerati da Nuova Delhi dei terroristi affrontano, con il sostegno dei servizi segreti pachistani, dopo più di venti anni, le forze di sicurezza indiane. Un nazionalismo che l’ingerenza dell’ideologia islamica radicale arriva a perturbare e complicare all’estremo. Ciò dimostra a che punto **il linguaggio e le definizioni sono una questione chiave**, tanto che il dizionario, che si sforza, stabilendo significati, di dissipare gli equivoci per chiarire le idee, partecipa in sommo grado a questa lotta politico-semanticamente.

Una caratterizzazione davvero accurata della violenza ideologica presuppone un approccio quadruplo. In primo luogo, **attraverso le circostanze**, cioè lo stato della situazione di scontro politico: tempo di guerra (straniera, civile, guerra fredda...), tempo di pace (grado di precarietà). Per i regimi rivoluzionari e le organizzazioni terroristiche, pace e guerra si confondono in uno stesso progetto di sconvolgimento regionale o addirittura mondiale. Questo è tipico di tutti i messianismi religiosi o laici, dato che essi vogliono trasformare il mondo conquistando le menti. In secondo luogo, **attraverso la territorialità**: si tratta di un’invasione o di una guerra civile? Chi ha lo statuto di occupante legittimo, d’invasore, di colonizzatore, di liberatore? Poi, **attraverso la scelta dei bersagli** e, infine, correlativamente, **attraverso la natura dei procedimenti e dei mezzi utilizzati**. Le percezioni sono dunque confuse e contraddittorie. Non potendo essere valutata dal diritto ordinario, la violenza

ideologica è oggetto di interminabili controversie. È per questo che nessuna definizione del terrorismo è giunta all'universalità.

La violenza ideologica si inserisce in un campo di rappresentazioni dominato dal relativismo storico e dal gioco delle soggettività.

- Il relativismo storico

La varietà delle situazioni di scontro e della loro evoluzione conduce spesso a dei giudizi di un relativismo inquietante: "si è sempre il terrorista di un altro!", o addirittura, basandosi su qualche esempio storico (Israele; Irlanda) si evidenzia che il dirigente terrorista di ieri può diventare capo di Stato domani.

- Il relativismo culturale

I canali di informazione Al Jazeera e Fox News percepiscono e presentano il mondo in modo diverso. Questa differenza di punti di vista corrisponde all'antica formula di Pascal: "verità al di qua dei Pirenei, errore al di là". A seconda delle regioni del mondo, delle classi sociali, delle sensibilità culturali generate dall'istruzione, le valutazioni variano, rispetto a scale di valori molto ampie. A ciò si aggiunge poi un fattore supplementare.

- La soggettività

Il fatto di considerarsi o essere considerato un terrorista. Per opportunismo, ma anche per intima convinzione, oggi sono rarissime le organizzazioni che si riconoscono o si proclamano terroristiche. Osama Bin Laden non si pensa affatto in questi termini. In pace con la sua coscienza, egli è, naturalmente, spontaneamente, terrorista nel suo progetto di cacciare i Crociati fuori dal territorio dell'Islam "*dar al islam*", poiché tutti i mezzi sono buoni, senza riguardi particolari per la "dose" di danni inflitti, dato che la peggiore è la migliore. Con quello che ciò può comportare in termini di "sbavature" contro i musulmani in terra islamica, è necessario poi riparare con atti di comunicazione e con una giustificazione teologica incerta.

L'insieme congiunto di questi fattori consacra la violenza ideologica a una comprensione frammentata, quella che risulta dalle soggettività di parte, in mancanza della capacità di stabilire dei criteri universali. Questa indeterminatezza di definizioni e questa diversità competitiva di percezioni, talvolta spontanee, talvolta deliberatamente manipolate, favoriscono all'estremo il gioco della disinformazione che, su questo terreno, tende a prevalere largamente in volume rispetto all'informazione autentica, criticabile e verificabile.

La violenza ideologica: obiettivi e modalità

L'analisi comparativa delle violenze ideologiche rivela l'esistenza di tappe sostanzialmente identiche.

Obiettivi

- Farsi conoscere

Più si entra nell'era dell'informazione, più abbondano gli atti di comunicazione violenta. Ci si può perfino chiedere se il terrorismo non abbia un po' contribuito ad accelerare l'azione dell'informazione e della comunicazione nel mondo. Gli esempi abbondano: l'FLN, in occasione degli attentati della festa di Ognissanti del 1955 e poi nel 1956, all'epoca dell'appello allo sciopero generale nelle grandi città dell'Algeria.

Adottando una strategia straordinariamente mimetica, i palestinesi affermano la loro esistenza con degli scioperi di grande mobilitazione e, in modo più originale, attraverso il terrorismo internazionale, che ricorre a dirottamenti di aerei e rapimenti di ostaggi, anche scandalosamente disumani, come a Monaco nel 1972.

- Farsi riconoscere

Ottenere uno status internazionale al di sopra la testa dell'avversario: tale fu la strategia dell'FLN e poi dell'OLP. Lo sciopero generale lanciato dall'FLN nel 1956 aveva lo scopo di manifestare, in occasione della riunione dell'assemblea generale delle Nazioni Unite, la credibilità dell'organizzazione sulla scena algerina, ormai distinta dal territorio francese. Bisognava dimostrare che l'Algeria non era la Francia e che la popolazione obbediva all'FLN e non alle autorità "legali" degradate al rango di occupanti e di sfruttatori illegittimi.

- Accedere allo status di valido interlocutore, perché inevitabile, se non pienamente legittimo

Quindi la violenza, senza per questo cessare, diventa più selettiva, più mirata. Si accompagna a un discorso politico moderato che può svilupparsi senza ricorrere allo scoppio dell'azione terroristica indiscriminata. La violenza sarà utilizzata in momenti politicamente opportuni, come tante "punture di richiamo" sulla gravità dello scontro, con lo scopo di pesare su un negoziato avviato.

Modalità

Emergono tre stadi storici dell'esercizio della violenza ideologica. Essi variano in funzione della dimensione dell'obiettivo, dell'intensità dello scontro, dei vettori disponibili e del rapporto culturale con la violenza, per ciascuno degli attori interessati:

- uccidere in massa, in modo indiscriminato, talvolta con una crudeltà deliberata (supplizi, mutilazioni, ecc.) per poter diffondere il messaggio in assenza di mezzi di comunicazione sofisticati, contando sulla diceria che facilita l'amplificazione. Alcuni messaggeri ricevono la missione di propagare la voce di avvenimenti terrificanti. La violenza di Tamerlano, illustrata in maniera inquietante dalle sue piramidi di teschi, si iscrive in una logica di conquista brutale; eppure il sovrano sa bene che la guerra psicologica, il terrore, costituisce uno dei mezzi per risparmiarsi combattimenti costosi e rischiosi. Senza pretendere approfondire troppo, in mancanza di fonti disponibili oltre alle cronache delle epoche antiche e medievali, molti conquistatori come Gengis Khan o Tamerlano hanno "comunicato", ricorrendo sistematicamente a una violenza esemplare. Poco diverso, il Terrore di Stato moderno inaugurato dalla Rivoluzione Francese nel 1793 fu ripreso assiduamente dai bolscevichi, e in seguito dai regimi fascisti e nazisti;
- uccidere selettivamente, approfittando dell'amplificazione mediatica: pochi morti e molto scalpore. Questo è il modello creato nel XIX secolo da certe correnti anarchiche, che ricorrevano alla "propaganda attraverso i fatti" e a delle azioni molto mirate. Questa tattica di utilizzo dell'arma terroristica si è conservata durante tutto il XX secolo. L'assassinio "politico" è quindi un atto di violenza ideologica ma certo non un atto di terrorismo. Uccidere un Presidente della Repubblica crea scompiglio politico, ma non sconvolge la popolazione. Allo stesso modo, attirare l'attenzione su un problema, sulla situazione di un gruppo, di una minoranza, attraverso un atto di violenza estrema e ingiusta, non equivale a un terrorismo sistematico;
- uccidere in massa per ottenere un effetto mediatico che dà all'atto una dimensione eccezionale, iperbolica... la potenza impressionante dell'azione, per la sua eccezionale dimensione, può costituire di per sé un'azione di comunicazione. La violenza diviene al tempo stesso mezzo e messaggio.

Questa nuova tattica che pratica "l'indiscriminazione" del bersaglio e ricorre sistematicamente agli attentati suicidi, denominati "operazioni martiri" è associata allo sviluppo del "terrorismo religioso". Ciò resta da confermare nella misura in cui

numerose organizzazioni, i cui obiettivi sono laici e le ideologie atee, praticano questo terrorismo “di massa”; concretamente si verifica la fusione tra politica e religione nel crogiolo unico dell’ideologia.

Sullo sfondo si profila il recente timore, spesso espresso negli Stati occidentali, dell’utilizzo di armi di distruzione di massa da parte di un’organizzazione terroristica. Questa minaccia distorce la manovra diplomatica, che mira al loro divieto (ma non per tutti gli Stati!) e al contenimento della loro proliferazione, che corrisponde anche ad altri obiettivi, come la preservazione del monopolio dell’arma nucleare da parte di alcuni Stati.

Nel complesso, la ricerca dell’effetto terrorizzante non appare chiaramente se non con la ripetizione sistematica dell’attacco degli stessi bersagli, con un ritmo relativamente frequente, l’indiscriminazione dei bersagli, il principio della responsabilità collettiva di un gruppo (i borghesi, gli ebrei, ecc.) indipendentemente dalla natura (età, sesso, ...) di coloro che lo compongono; a cui si può aggiungere una certa indifferenza verso gli effetti collaterali sul proprio campo. Lo stupro, il massacro, la tortura, nella misura in cui sono sistematicamente praticati contro un gruppo determinato, costituiscono quindi degli strumenti di terrore.

Un atto di comunicazione sul campo di battaglia politico-mediatico

In mezzo al brusio delle controversie sulla legittimità e le buone o cattive ragioni, una certezza si impone: la violenza ideologica fa fundamentalmente lega con la comunicazione, e dunque con tutti i processi e con tutti i vettori suscettibili di diffondere i suoi messaggi. Ogni violenza, compreso il crimine di diritto comune, attira la curiosità, suscita le voci, crea una reputazione. Più l’intensità della violenza è elevata, più questa riceve attenzione. Questo fenomeno spiega la tendenza marcata al rilancio per captare l’attenzione dei media e ottenere l’effetto più elevato di amplificazione propagandistica. La violenza ideologica, specialmente quando ricorre all’arma del terrorismo, si è deliberatamente manifestata come un atto di comunicazione spettacolare, che ricerca tutti i mezzi di manifestazione della sua esistenza, per assicurarsi una notorietà buona o cattiva.

Terrorizzare è quindi un atto di comunicazione, fondato sul ricorso a una certa quantità di violenza fisica, dosata in funzione dei messaggi da far passare e dei fini da raggiungere. Lo spettro di intensità comincia con degli effetti molto limitati, colpendo le immaginazioni, creando turbamento fino a delle operazioni, la cui spaventosa atrocità

si ritiene inibire qualsiasi volontà di resistenza e provocare la sottomissione alle esigenze formulate dall'utilizzatore del terrore. Rinforzando azioni spettacolari, essa ricercherà anche dei "vettori straordinari", come le donne o gli attentati suicidi (le donne "martiri" ne costituiscono il culmine). Questo permette di colpire tutte le sensibilità, di disturbare le percezioni comuni, di provocare in occasione dello shock emozionale delle domande perturbatrici, perfino uno smarrimento della ragione e della morale comune.

Nell'era dell'informazione, almeno nelle democrazie mediatiche, gli effetti psicologici prevalgono sugli effetti fisici, grazie alla capacità di diffusione e al fenomeno di amplificazione. Tuttavia, la strategia psico-mediatica delle organizzazioni terroristiche necessita sempre di una certa quantità di violenza come molla materiale che fa partire il colpo psicologico. La semplice minaccia non basterebbe. Anche se una telefonata avverte che un'autobomba è stata collocata in un luogo preciso e che la carica scoppierà a una determinata ora, la materialità dell'atto rimane essenziale. Si aggiunga che il comunicato può anzi costituire una trappola per attirare le forze di sicurezza.

Per sua natura, la violenza ideologica è dunque destinata a essere fondamentalmente dimostrativa e teatrale: senza audience, non è (quasi) niente. Se dispone di un pubblico, è capace di (quasi) tutto. Deve quindi trovarsi delle tribune per la sua proclamazione, delle scene per la sua rappresentazione. Per esempio, le sale di tribunale durante un processo, possono diventare occasione per prendere la parola, per far conoscere la propria ideologia e i propri obiettivi. Senza pubblico, l'atto terroristico non presenterebbe di per sé che un debole interesse, poiché l'obiettivo è colpire le menti per paralizzare o esaltare, dividere o riunire, ma sempre sconvolgendo. Oggi, lo straordinario aumento del volume di "messaggi" è reso possibile dalla plasticità dei media e dalla velocità di propagazione in flusso permanente, così come dalla disponibilità quasi immediata in "tempo reale". La violenza ideologica si installa dunque all'interno di una relazione triangolare, che comprende i responsabili politici (al potere e all'opposizione, se ne esiste una), le opinioni pubbliche e i media. Agisce sulla raccordo ultra-sensibile tra il potere di Stato e la potenza mediatica approfittando delle loro contraddizioni. Più o meno abilmente, si posiziona anche al centro della contorta relazione tra informazione e disinformazione, seminando lo scompiglio e la discordia.

Di conseguenza, la relazione con i media è costantemente ambigua, in quanto ambivalente: "io ti detesto, io nemmeno...". Il terreno della comunicazione costituisce il

campo di battaglia della violenza ideologica, principalmente quando questa ricorre al modo d'azione terroristico. Utilizzati come vettori, i mass-media sono ricercati, attirati, manipolati, disprezzati perché vengono considerati gli strumenti del potere in carica, che vanno a deformare il senso della lotta.

Le conferenze stampa, alle quali vengono segretamente convocati dei giornalisti scelti, sono delle messe in scena notturne in cui dei militanti incappucciati leggono dei messaggi politici esibendo le loro armi. Questo modello costituisce, dopo trent'anni, una sorta di rituale per numerose organizzazioni in Corsica, che seguono in questo i modi dell'IRA provvisoria irlandese.

Se dunque costituiscono "l'ossigeno del terrorismo", secondo la formula della Signora Thatcher, i media ne sono anche i grandi beneficiari: un attentato rappresenta uno "scoop" perché è sensazionale. La compiacimento per il dolore ostentato, il sangue, le lacrime cattura l'attenzione e ha molto successo. All'opposto, si farà valere la "resilience" britannica: sangue freddo, calma, dignità del comportamento. Sarebbe però illusorio pensare che il Regno Unito sia riuscito a superare completamente la contraddizione. Anche se i media di Stato, vicini allo Stato o dotati di una direzione sensibile all'interesse nazionale, pesano nello sforzo di resistenza all'aggressione psicologica della violenza politica, i tabloid non hanno stati d'animo e si giocano a fondo l'effetto d'orrore spettacolare. Ciò può accadere per un obiettivo politicamente interessato: suggerire che il governo è incompetente, troppo tollerante, o più prosaicamente per far aumentare le tirature e l'audience.

Per di più, la violenza ideologica si è rinforzata adattando e diversificando la sua strategia mediatica. Essa cerca di raggiungere audience più numerose, scegliendo dei temi che ricevono un'eco più favorevole in certe zone e vicino a certi strati sociali. La violenza ideologica ha quindi imparato a sviluppare la propria comunicazione traendo profitto da supporti flessibili, come la videocassetta, internet, ecc., selezionando, si potrebbe dire fidelizzando certi circuiti di distribuzione. Questo è oggi il caso del salafismo violento nel mondo musulmano.

La lotta per la conquista delle menti: informazione e disinformazione

Una volta ammesso che non c'è terrore se non attraverso la comunicazione, resta da determinare il livello di estensione della diffusione del messaggio. Locale? Mondiale? Spazi che sono loro stessi una funzione della natura del vettore scelto e della quantità di violenza impiegata.

La relazione di legittimità tra il diritto e la forza, che costituisce il nucleo centrale della violenza ideologica, informazione e disinformazione si affrontano per contribuire all'instaurazione di un nuovo stato della situazione. Esso dipende dalla qualità della ricezione, dall'evoluzione delle percezioni e dal grado di accettazione delle popolazioni, degli attori, dei decisori interessati rispetto alla violenza e agli obiettivi che lo spiegano.

Limiti della comunicazione

La dimensione dell'audience ricercata rimane variabile. La globalizzazione non è necessariamente vera per tutte le forme di violenza ideologica. Certe non si preoccupano molto della loro risonanza, o più esattamente si accontentano di una pubblicità con un raggio d'azione limitata, che colpisce solamente il campo della loro azione regionale (Sri Lanka, Corsica...). L'ASALA (Armata segreta armena per la liberazione dell'Armenia) proclama e vendica il genocidio armeno nel 1975, ma la caccia ai presunti responsabili turchi era cominciata molto prima, negli anni '30, in tutta discrezione e non senza efficacia. I palestinesi decisero di elevarsi a livello mondiale utilizzando la pirateria aerea su delle linee diverse dalla compagnia israeliana El-Al. Questo derivava da una concezione anti-imperialista che superava il problema nazionale palestinese. Allo stesso modo Al Qaeda si è lungamente dibattuta tra l'azione regionale e il terrorismo internazionale.

Le ONG-v sono, allo stesso modo, capaci di indirizzare la loro strategia di comunicazione, moderando il loro discorso, adattandolo all'evoluzione dello scontro. Rispetto a un obiettivo costante, le inflessioni tattiche, oggetto di dibattiti interni, sono numerose e indicano la capacità di adattamento e quindi la flessibilità di un'organizzazione. Dopo l'invasione dell'Iraq da parte degli Stati Uniti e dei loro alleati, le istanze dirigenti di Al Qaeda hanno costantemente indirizzato il loro discorso, introdotto delle sfumature, designato dei nuovi bersagli.

La strategia di un'organizzazione che utilizza il terrorismo può risultare criticabile per i danni che causa rispetto agli ideali che sostiene di incarnare. La jihad? In nome di quale Islam? Quali criteri di legittimità nell'esercizio della violenza? Dal momento che si tratta di ideologia religiosa, la disputa teologica diventa estremamente frammentata e complessa. Dopo il 2007, gli analisti hanno costatato una notevole inflessione del discorso di Al Qaeda, che tende a privilegiare la giustificazione ideologica, poiché le contestazioni più rigorose all'interno dell'Islam si fanno sentire e marginalizzano l'ideologia dell'organizzazione, data la natura delle sue azioni.

Si registrano quindi dei fallimenti, degli inciampi, e dei grossi errori nella comunicazione terroristica che attenuano il corso del suo combattimento. Mediante il ricorso a un'estrema violenza, l'obiettivo operativo era quello di suscitare la paura, lo smarrimento nel nemico, presso il quale, si suscita una radicalizzazione un sussulto di indignazione che rinforzano la solidarietà con l'autorità governativa. Oltretutto, i potenziali simpatizzanti si allontanano indignati, scoraggiati. Queste *defaillance* si spiegano con una fiducia eccessiva nella giustizia della violenza impiegata secondo i propri criteri. A ciò si aggiunge un'ignoranza spesso grossolana delle differenze culturali che turbano negativamente la propaganda. Nel 2006, un video destinato ai Paesi occidentali, con lo scopo di allontanare gli europei dagli Stati Uniti, incitava a utilizzare l'euro contro il dollaro in Iraq! La contro-comunicazione anti-terroristica deve naturalmente sfruttare al massimo questi errori.

La manipolazione del terrorismo e la contro-disinformazione

Si deve considerare la violenza politica come un'azione di informazione o di disinformazione?

Una parte della comunicazione terroristica costituisce, in effetti, un'informazione "innocente", senza falsificazione. Essa trasmette semplicemente uno sguardo ideologico sulla realtà del mondo, cercando di convincere, facendo prevalere la sua visione particolare. Si tratta di una propaganda bianca. Certo, l'ideologia distorce i fatti, li snatura, li riorganizza in modo interpretativo o ancora, all'estremo, si sostituisce alla realtà vacillante dei fatti incerti, in quanto sempre difficili da provare.

Il ricorso al termine "terrorismo" è diventato, ai giorni nostri, così peggiorativo che il suo uso costituisce già in sé una presa di partito, una trasgressione all'imparzialità, capace di generare la critica. Secondo la posizione adottata e l'uso della parola, si considererà che i media informano, disinformano, si lasciano manipolare dal

governo, sono compiacenti nei confronti dei terroristi, ecc. In questo caso preciso si può, quindi, parlare di “guerra della disinformazione”, che non è non solamente propaganda contro propaganda, ma uno sforzo costante, deliberatamente organizzato, per far passare l’informazione dell’“altro” per disinformazione e viceversa, utilizzando il procedimento d’inversione e di capovolgimento, che funziona anche nel caso della propaganda. Al servizio dei suoi obiettivi, la violenza ideologica utilizza tutte le risorse della disinformazione, arma infinitamente più potente di un revolver o di una bomba.

Poiché la posta in gioco dello scontro poggia su ciò che i britannici hanno sempre privilegiato, ossia la lotta per “*Hearts and Minds*” (cuori e menti), che accompagna, in parallelo e in simultanea, un’altra componente: la lotta per la legittimità. L’azione di violenza ideologica cerca, infatti, di terrorizzare, ma anche di confondere il giudizio, sedurre le menti, vantando una legittimità fondata su giustificazioni “nobili”. All’oppresso, al povero, al disperato non rimarrebbe altra risorsa che questa violenza. Si rammarica degli errori e talvolta si scusa, argomentando che non poteva agire altrimenti.

Di fronte a ciò, si sviluppa la contro-comunicazione anti-terroristica. Essa può perseguire la proibizione della comunicazione terroristica. Se i media forniscono l’ossigeno del terrorismo, si deve quindi interrompere il circuito, bloccare la diffusione, asfissiare. È il cosiddetto “*black-out*”. I media annunciano l’attentato, mostrano delle immagini di danni, soprattutto materiali, ma non danno alcuna informazione sulle motivazioni (effetti senza causa, al di fuori della ferocia distruttrice) e, soprattutto, non trasmettono il messaggio terroristico. Ora, questo blocco è diventato quasi impossibile a causa della moltiplicazione delle fonti di diffusione dell’avvenimento. Al più, è possibile limitare l’impatto dello shock delle immagini e ridurre gli effetti di terrore.

Il potere di Stato può anche ricercare, tramite la contro-disinformazione, di manipolare a suo vantaggio l’atto terroristico per trarne beneficio presso l’opinione pubblica, domandando al popolo minacciato un sostegno incondizionato per la sua azione protettrice. Questa può corrispondere a servire degli obiettivi senza alcun rapporto con la protezione. Nel 2003, l’Iraq fu accusato di legami immaginari con Al Qaeda da parte dell’amministrazione Bush.

Attraverso un’altra forma di contro-disinformazione, il governo attaccato può falsare il messaggio dei terroristi, deformare la loro azione, metterli in ridicolo, gettare il discredito, presentando gli attori terroristici come dei deboli di mente... loro stessi manipolati dai loro capi, inviati cinicamente alla morte, o costretti al suicidio per diversi ricatti... Si diffonderanno delle voci dispregiative, per rompere l’immagine del

martire eroico. Così, gli uomini dell'11 settembre 2001, avrebbero passato la vigilia della loro azione in un locale di striptease a bere alcol. È grave? Ma perché?! Ciò può funzionare. Parlando più seriamente, in quanto clandestini che vivono nell'angoscia dell'infiltrazione e del tradimento, i terroristi possono essere, non solo infiltrati, ma anche intossicati mediante un'azione di disinformazione.

La lotta sul terreno della comunicazione per la conquista (o la disfatta) delle menti e del morale consiste dunque, come nel judo, nello sbilanciare l'avversario, utilizzando la sua forza come una vulnerabilità, in modo da fargli commettere degli errori, spingendolo allo sbaglio, di cui ci si approfitterà per volgere l'effetto a suo danno.

L'inganno

“Una delle regole fondamentali della guerra è sempre stata quella di mistificare e ingannare il nemico. Così le astuzie di guerra, qualunque esse siano, hanno giocato un ruolo in quasi tutte le campagne dopo l’episodio del Cavallo di Troia, e anche prima.”

*Lord Ismay, 1953 (Capo di Stato-maggiore di Churchill 1940-1945,
Segretario generale della NATO)*

Dopo la morte dei suoi due fratelli, nel primo scontro contro i Curiazi, il giovane Orazio si dà alla fuga. Inganna, non solo i suoi inseguitori, ma anche il proprio campo che crede a una tale vigliaccheria. Successivamente, dopo aver disperso i suoi avversari con la sua corsa, si volge contro di loro e li uccide uno a uno. Ecco abbozzato un modello di inganno e, inoltre, un insegnamento per la strategia militare: economia delle forze, sorpresa, sfruttamento del tempo, concentramento improvviso contro un avversario le cui forze sono disperse nello spazio...

Principi generali e obiettivi

L'inganno costituisce la componente propriamente militare della disinformazione. Fare la guerra vuol dire penetrare nell'ignoto, affrontare l'imprevedibile. Per di più, è necessario far fronte alle astuzie dell'avversario, ai suoi stratagemmi e prevenire le sue operazioni di inganno. Bisogna cercare di schiarire queste tenebre mediante l'intelligence e la preparazione informata delle operazioni.

Esso rappresenta a pieno titolo una componente della guerra a tutti i livelli: politico, strategico, operativo e tattico. L' *inganno strategico* presuppone una vasta combinazione di molteplici azioni, che implicano a volte dei mezzi importanti ma anche delle operazioni molto sottili, accuratamente mirate, che non esigono risorse finanziarie considerevoli. Tutti gli eserciti ricorrono all'inganno, più o meno volentieri, con dei risultati ovviamente modesti.

È l'uso dell'astuzia sistematicamente pianificata e organizzata, al fine di ingannare il nemico. Di conseguenza, contrariamente alla disinformazione praticata in tempo di pace, non è oggetto di un sospetto, o addirittura di un rifiuto di principio, poiché si tratta proprio di un'operazione nella guerra di cui essa serve l'obiettivo. Nella

misura in cui la guerra sospende i principi ordinari del diritto e della morale, sembra se non legittimo, almeno accettabile, cercare di sconvolgere il nemico, confondendo i suoi piani e il suo processo decisionale per assicurarsi la vittoria. Questo termine stesso costituisce un anglicismo (così come *"intelligence"*, che in inglese definisce l'attività d'informazione).

Sebbene sia strettamente legato alle operazioni durante la guerra, l'inganno tocca anche e, sempre più, la preparazione della guerra durante il tempo di pace, soprattutto quando si tratta della strategia dei mezzi. Far credere che ci si impegni nella fabbricazione di un dato sistema d'armi, mentre non è affatto così, o non particolarmente, porta l'avversario a sbagliarsi gravemente. In un'epoca in cui, tra la concezione e la messa a disposizione di un sistema, bisogna contare trent'anni, si può immaginare l'eccezionale gravità di un errore di orientamento iniziale.

Nel campo molto vasto e molto vario dell'inganno, lo stratagemma costituisce uno dei procedimenti più temibili e meglio riusciti. Si tratta di una macchinazione in cui il nemico diventa l'autore attivo della sua stessa rovina. Lo stratagemma consiste, infatti, nell'indurre in errore il decisore scelto come bersaglio, in modo tale che finisca per fare con ogni (dis)cognizione di causa una scelta per lui fatale e, al contrario, favorevole all'autore dello stratagemma. Esigendo una sottile elaborazione, lo stratagemma può rivelarsi disastroso nel caso di una battaglia di annientamento, in grado di infrangere ogni capacità di resistenza avversaria e portare a una capitolazione dell'autorità politica.

Ogni operazione di inganno comprende due campi: quello mentale e quello fisico

L'inganno mantiene evidentemente un legame stretto con l'intelligence militare. Si può ingannare facilmente soltanto un nemico di cui si conosce l'identità, le intenzioni, la cultura militare, le inclinazioni dottrinali, in breve, tutti gli elementi della sua personalità strategica.

Come l'intelligence, con l'intelligence, l'inganno lavora su tutti i livelli: dalle piccole operazioni tattiche alle grandi manovre di portata strategica. Agisce al livello supremo, quello dei decisori politici. Conviene tuttavia, tenere a mente che un'operazione di inganno di grande portata, destinata al più alto livello di decisione, può scattare con un piccolo indizio tattico, una specie di esca, di cui il pianificatore dell'inganno avrà cura di assicurarsi che risalirà effettivamente verso il livello superiore al quale è veramente destinato. Al fine di evitare che questo elemento sottile

non sia soffocato, si ha cura di rinforzarlo mediante altri piccoli indizi che, intersecandosi gli uni con gli altri, aumentando la potenza del segnale. La convergenza produce allora l'effetto di credibilità. I servizi segreti nemici credono di aver scoperto un elemento di un'importanza tale che giustifichi la risalita verso i livelli superiori. È per questo che i servizi competenti hanno spesso l'incarico di filtrare l'informazione in modo da evitare la contaminazione dei livelli superiori di decisione. Durante la guerra fredda, i servizi segreti occidentali vissero nell'ossessione dei messaggi di alcuni dei loro agenti (come il sovietico Penkovski) che, bruciati, e sul punto di essere presi e giustiziati, cercarono di provocare una guerra che avrebbe potuto essere nucleare. Che valore aveva il messaggio di un agente di fronte al rischio dell'apocalisse reciproca?

In questo campo di una delicatezza estrema, l'intuizione e il senso della "mente" del nemico, della sua logica giocano un ruolo fondamentale. Tradizionalmente, i servizi di intelligence politici presentano al generale comandante in capo un ritratto psicologico del suo avversario, con maggiore o minore esattezza.

Il campo mentale del decisore nemico, qualunque sia il suo livello, da semplice capo di plotone al comandante supremo delle forze armate, costituisce quindi il bersaglio supremo al quale devono essere subordinate le operazioni materiali, che mirano a creare una convinzione così forte da portarlo a rifiutarsi di dare credito ai propri servizi di intelligence, se non addirittura a rifiutarsi, almeno per un po' di tempo, di ammettere la realtà. Com'è noto, questo fu il caso di Stalin di fronte all'operazione Barbarossa nel 1941 e, tre anni più tardi, di Hitler, di fronte all'operazione Overlord in Normandia.

L'inganno cerca dunque di instillare il dubbio, di creare nella mente del nemico l'incertezza sulle nostre intenzioni; "avvolgersi nel mistero..." disse de Gaulle, riguardo al vero obiettivo bellico: impadronirsi della Slesia (Federico II), contribuire alla "nuova" Francia o asservirla definitivamente (Hitler).

*Il secondo dominio è il campo materiale della battaglia:
la realizzazione dell'operazione*

Al momento di un'operazione militare, qualunque sia la sua portata, è importante ingannare il nemico e proteggersi contro i suoi tentativi di inganno. Il catalogo delle astuzie, grandi e piccole, non ha fine, dalle più semplici a quelle più sofisticate.

A questo stadio, l'intelligence operativa o di teatro gioca un ruolo fondamentale. Tutto rappresenta materiale per ingannare l'avversario e al tempo stesso il rischio di vedersi indotto in errore da informazioni false, falsi messaggeri, falsi disertori... Questi possono avere direttamente accesso al teatro principale di questo combattimento psicologico: la mente del capo.

● Inganno e media

Le operazioni militari contemporanee si sforzano di integrare la loro diffusione tramite i media e di approfittarne al massimo. Si presume che l'inganno non colpisca il proprio campo. Dovrà restare confinato al solo settore militare. Ora ciò diviene quasi impossibile data l'interconnessione tra le operazioni militari e i media che ne assicurano la "copertura".

Tuttavia quando un'operazione di inganno è presentata dai media e al proprio pubblico come una manovra di grande portata, questa può contribuire a indurre in errore l'avversario... Ma si possono avvertire i media in una simile circostanza? Ciò che si rivela non è giustamente artificio? Bisogna saper confondere gli agenti infiltrati, gli informatori assoldati, ecc. Il generale Norman Schwarzkopf ammette di aver perso la calma, quando il *Time Magazine* pubblicò un articolo che corrispondeva al suo piano di riconquista del Kuwait. Il suo capo, il generale Colin Powell, lo rassicurò subito. La stampa americana dell'epoca e i media del mondo intero diffusero centinaia di supposizioni su quale sarebbe stata l'offensiva americana. È una tra le tante. E difatti, i dirigenti iracheni non prestano alcuna attenzione a quest'articolo. Far pensare alla propria popolazione che ci si appresta a impegnarsi in questa o quella azione, costituisce quindi una delle migliori forme di protezione del segreto e dell'efficacia di una campagna di disinformazione.

In verità, al di fuori della dimensione considerevole (nazionale e internazionale) in termini di audience, questa non è una novità. Gli antichi greci e molti altri sapevano come diffondere tra le popolazioni le false informazioni o le voci che avrebbero servito il loro obiettivo militare. Nei casi estremi, può succedere che uno degli attori decida di ingannare il proprio campo, le proprie autorità, con il fine di provocare una decisione considerata indispensabile. È il comportamento di Moltke e Bismarck quando decidono di emettere il dispaccio d'Ems, per evitare una soluzione pacifica della crisi franco-prussiana. Deliberatamente, ma tramite una menzogna, creano l'irreversibile, chiudono l'opzione del temporeggiamento o del ritorno indietro. Quest'atteggiamento è diverso

da quello che viene chiamato la strategia della “schiena al precipizio”, che è talvolta chiamata “bruciare le navi” per chiudere l’opzione della ritirata. In questo caso non c’è inganno ma un colpo di forza decisionale, per sopprimere ogni alternativa. I soldati non potranno indietreggiare, rimbarcarsi. Bisogna combattere, vincere o morire.

L’inganno è l’arma del debole? Qual è il suo carattere decisivo?

Certi scrittori militari ritengono che l’inganno sia un mezzo per il più debole, che deve compensare la sua inferiorità. In compenso, il più forte, fiducioso della sua superiorità, è poco tentato dall’uso dell’inganno, superfluità di cui non deve farsi carico. Il sentimento di superiorità dissuaderebbe dal ricorso agli artifici considerati superflui. Questo spiegherebbe perché, a eccezione, del resto limitata, dei britannici, ci furono così poche operazioni di inganno durante la Prima Guerra Mondiale.

Si pone quindi una questione strategica fondamentale, che consiste nel sapere chi sia il forte e chi il debole, in ogni momento dello scontro. ... Quand’anche sull’intero teatro delle operazioni si trovasse in condizioni di inferiorità, Bonaparte si sforzava sempre di disporre della superiorità numerica e di fuoco, là dove avesse scelto di dare battaglia.

Durante le guerre coloniali, britannici, francesi e russi non hanno mai arruolato che delle piccole forze. La debolezza numerica è stata compensata dalla superiorità tecnologica, dallo sfruttamento delle divisioni etniche che permise l’arruolamento di truppe ausiliarie “indigene” e l’ottenimento di una buona intelligence sul campo e, infine, dall’inganno. Tuttavia, nei primi tempi dell’arrivo dei contingenti europei, la situazione si rivelò spesso sfavorevole, obbligando a un rafforzamento degli effettivi e a un approfondimento della conoscenza del terreno e delle popolazioni incontrate. Dalle origini della strategia militare, si è stabilita questa tensione eminentemente politica e culturale, in funzione delle situazioni di scontro e delle culture dei popoli, del loro rapporto rispetto all’uso della violenza organizzata. Il dibattito rimane aperto sui teatri attuali: Iraq, Afghanistan, Somalia.

Breve recensione storica delle categorie di operazioni di inganno

La Bibbia riporta numerosi esempi di operazioni di inganno, che sono diventati, in seguito, dei classici (apparentemente sempre efficaci, non si impara nulla!). Uno dei casi

più antichi è attestato dalla Bibbia (Libro di Giosuè 1,4). Al momento della presa della città di Al, è Yahweh stesso che indica a Giosuè il piano da adottare: “Devi disporre un’imboscata contro la città, da dietro”. Così Dio, stratega supremo, raccomanda l’inganno al semplice generale comandante in capo.

Nel V secolo a.C., gli strateghi cinesi – perlomeno quelli che noi conosciamo, principalmente Sun Tzu – hanno privilegiato l’astuzia e l’inganno, hanno dato il primato alle operazioni psicologiche, che permettevano di far cadere il frutto maturo senza dover combattere per molto tempo, che è costoso e rischioso.

In generale, la guerra di assedio, in cui la durata gioca un ruolo fondamentale, è particolarmente ricca di insidie, tranelli e inganni di tutti i tipi. Dal cavallo di Troia alle guerre limitate del XVIII secolo, passando per Montluc e le guerre d’Italia del XVI secolo, si è costituito un inesauribile repertorio. Gli scenari poggiano su dei procedimenti tutto sommato limitati e ripetitivi:

- lo sfruttamento delle divisioni interne tra gli assediati. Una fazione finisce per liberare la città, sperando di eliminare i suoi rivali e, grazie all’assediate, prendere il potere. Il tradimento apre le porte e dissolve le frontiere. Al di là del microcosmo della Città-Stato si ritrovano, in effetti, le spaccature politiche all’interno di uno stesso Stato-Nazione (la Francia nel 1939), o persino la speranza degli esiliati che l’alleato potente permetterà loro di ritrovare il potere (Iraq, 2003);
- all’inverso, scoraggiare il morale dell’assediate, facendogli credere che manterrà l’assedio per molti mesi;
- far credere all’assediato che si abbandona l’assedio per scoraggiamento, con lo scopo di far uscire il grosso delle forze di difesa. Dopo Sun Tzu e Cesare, il quale di certo non aveva conosciuto gli scritti cinesi, l’utilizzo del campo abbandonato in fretta contribuisce a eccitare la bramosia del nemico, attirato dal richiamo del saccheggio.

L’obiettivo finale rimane sempre quello di ottenere la resa con poca fatica. Tuttavia, questo successo locale si iscrive, a livello strategico, nell’insieme delle operazioni condotte su altri teatri più o meno vicini, rispetto al quale la resa di una piazzaforte acquisisce valore e significato.

L’inganno non si riduce alla semplice sorpresa. Allestire un’imboscata sul passaggio di una colonna nemica non costituisce un’operazione di inganno. Ricorrendo sistematicamente allo stratagemma, l’inganno implica un “montaggio” completo, che comporta una combinazione di falsi indizi, una concatenazione di azioni ingannevoli,

l'uso di transfughi, di spie e traditori, al fine di condurre il nemico che, all'inizio non si fida, alla cattiva decisione e al comportamento fatale.

Il capo dei Sioux, Sittings Bull, riesce a distruggere le forze di cavalleria del generale Custer. "Little Big Horn" non solo attira la forza nemica in un "tranello" ma, per di più, con una manovra combinata di diversi mezzi di inganno. Creando delle false piste, delle false concentrazioni delle forze, utilizzando dei disertori, facendo credere al capo nemico che è riuscito a scoprire e a sventare le manovre destinate a trarlo in inganno. Ecco l'essenza stessa dell'inganno e della disinformazione: far credere che di essere sorpresi nella propria azione di inganno. Inoltre, la conoscenza della psicologia dell'avversario – in questo caso, la brutalità di Custer – dei suoi obiettivi e delle sue ambizioni favorisce l'inganno.

Le guerre coloniali, soprannominate "piccole guerre", hanno portato gli Stati occidentali, che certo beneficiavano di un ampio vantaggio tecnico, ma non disponevano che di piccole forze, a ricorrere sistematicamente all'inganno. Questa tradizione fu ripresa e teorizzata da Baden Powell, tra il 1890 e il 1900, sia in Africa, sia durante la guerra dei Boeri del Transvaal. Logicamente, venne tramandata con successo dal colonnello T.E. Lawrence, durante la campagna d'Oriente in Arabia e in Palestina, all'interno delle tribù arabe, che lottavano contro l'occupante turco, pesantemente armato e tecnicamente più potente.

Questa arguzia non risparmiò l'Impero britannico, troppo fiducioso nella sua potenza, come dimostra lo spaventoso errore della presa di Singapore da parte dei Giapponesi. I responsabili della difesa di Singapore, concentrandosi sul mare, trascurarono l'ipotesi di accerchiamento della loro posizione da parte di un'avanzata nemica dall'entroterra, attraverso la giungla considerata impenetrabile. I Giapponesi moltiplicarono i messaggi falsi per far persistere i britannici in questa illusione.

Durante la Seconda Guerra Mondiale, il Regno Unito – minacciato direttamente in Europa e in Africa, mentre il suo Impero asiatico subiva i colpi di maglio giapponesi – ricorse a una strategia principalmente fondata sull'inganno, che sviluppò il generale Wavell nel Mediterraneo orientale e nell'Africa del Nord, contro Rommel. Si sviluppò con la creazione della "Forza A", diretta dal colonnello Dudley Clarke.

Numerosi autori ritengono che gli Stati-Uniti abbiano perso politicamente la guerra del Vietnam, in occasione dell'Offensiva del Tet, tra la fine del 1967 e l'inizio del 1968. Da un punto di vista strettamente militare, il Vietnam del Nord commise un errore enorme, sottostimando la capacità di risposta americana. Tuttavia, l'impatto psicologico sugli Stati Uniti fu immenso: il generale Giap ha potuto disporre di un

vantaggio iniziale, sfruttando abilmente la “sindrome di Dien Bien Phu”, che ossessionava il generale Westmoreland. Preparò un’operazione di inganno, attorno alla base di Khe-Sanh, dando l’impressione di un accerchiamento massiccio, destinato a infliggere un’umiliante capitolazione agli americani, come per i francesi nel 1954. Cortina di fumo! Il grosso delle forze del Vietnam del Nord erano concentrate per l’offensiva sulle due grandi città del Vietnam del Sud: Hue e Saigon.

Disponendo di enormi mezzi militari, il generale Schwarzkopf poté realizzare una delle più importanti manovre di inganno, battezzata *Hail Mary Play*, in riferimento a una tattica di football americano, al largo delle coste del Kuwait, per far credere alle forze irachene uno sbarco frontale. La stampa americana fu informata dei movimenti reali dell’aviazione e dei corpi di marines, finalizzati a preparare l’operazione. “Radio Kuwait Libera” annunciò degli sbarchi che non ebbero mai luogo, ma la cui notizia persistette per diversi giorni, aumentando la confusione di un esercito iracheno, già in difficoltà. L’inganno inchiodava il grosso delle forze armate irachene, mentre le forze americane e i loro alleati effettuavano un aggiramento laterale lungo la frontiera irachena. Così veniva creata una tenaglia, che andava a richiudersi sulle retrovie delle divisioni irachene.

Procedimenti e strumenti di inganno

I procedimenti e i mezzi dell’inganno sono così innumerevoli quanto feconda è la mente umana e disponibili gli oggetti, dal più rudimentale al più complesso. Possono essere improvvisati, così come preparati da molto tempo.

Si dividono in due categorie: umano e psicologico da una parte, tecniche e materiali, produttore di effetti fisici dall’altra. Queste due categorie possono, anzi, devono completarsi. La combinazione aumenta la forza dell’operazione, tuttavia, è necessario che la sincronizzazione sia perfettamente assicurata, cosa che implica un adeguato coordinamento dei servizi interessati, un compito temibile. La disinformazione, l’inganno e la guerra psicologica hanno costantemente sofferto della frammentazione degli sforzi, del ripiegarsi di ciascuno su se stesso, perfino di una concorrenza feroce, che mette in pericolo l’efficacia del lavoro generale.

L’inganno attraverso il vettore umano

A Salamina, nel 431 a.C, uno stratagemma salva Atene e la Grecia. La situazione degli ateniesi è disperata, la loro città è appena stata conquistata e devastata dai persiani. Solo Temistocle pensa che la flotta unita di tutti i greci potrà spezzare la forza nemica nello stretto spazio di Salamina, dove essa non potrà far manovra. Il dissenso sconvolge il campo greco e il partito del “ciascuno per sé” tende a prevalere. Allora Temistocle manda il precettore dei suoi figli, Sicinno, da Serse per informarlo che i greci si apprestano a fuggire e che è urgente bloccare lo stretto di Salamina. Inganno e verità si confondono. Temistocle fa credere di tradire i greci per raccogliere il favore riconoscente del sovrano persiano, mentre, in realtà, crea una doppia trappola: per i greci, che non potranno più disperdersi e fuggire e per i persiani, che lui attira su Salamina. Convinto, Serse compie il piano di Temistocle, che senza di lui non avrebbe potuto costringere tutti i greci ad affrontare la marina persiana. Lo stratagemma provoca la rovina del più forte.

Si può dubitare della totale esattezza di questa operazione di inganno, così come la riporta Erodoto. Ciononostante essa costituisce in sé un ottimo modello. I dettagli di un’operazione di inganno, soprattutto quando include degli alleati, sono difficili da ottenere. È necessario attenersi alla comprensione di un disegno generale.

Ai giorni nostri, si suppone che i metodi di elaborazione di informazioni dell’intelligence, in tempi di pace e di guerra, filtrino e adattino, al fine di accertarsi dell’affidabilità dell’informazione fornita. È importante evitare di cadere nelle molteplici macchinazioni del nemico, ma anche di cedere alle istanze dei falsi amici, disertori in cerca di un appoggio, capaci di tutte le provocazioni “amichevoli”, benintenzionate, ma potenzialmente pericolose. Nel 2002-2004, la saga di M. Chalabi, insediato dall’amministrazione di G.W Bush come il nuovo dirigente di un Iraq liberato e democratico (oggi totalmente dimenticato dai media, ma non necessariamente da tutti in Iraq!), dovrebbe costituire una lezione memorabile. Ora, in quest’ambito prevale una schiacciante ripetizione degli stessi errori, poiché le autorità politiche cambiano e i servizi e gli altri organi competenti non conservano la memoria delle loro *defaillance*, come d’altronde dei loro successi.

Inoltre, si presentano due ostacoli: l’urgenza, che obbliga a prendere una decisione rapida; e poi il livello del transfuga. Se quest’ultimo fornisce delle informazioni che interessano la decisione politica, se la sua parola beneficia di “raccomandazioni”, di un credito particolare, si avrà la tendenza a scavalcare le procedure, talvolta molto burocratiche, dei servizi qualificati, che mirano ad assicurarsi dell’esattezza delle sue informazioni. I corrieri, destinati a essere fatti prigionieri con i

falsi piani ultra-segreti di cui sono portatori, costituiscono un classico in materia, così frequentemente utilizzato che spesso i piani autentici, realmente perduti, non sono mai stati presi in considerazione.

Le **false apparenze** consistono nel mascherare i propri movimenti, dando a “vedere” dei falsi movimenti. Questo procedimento, già presente nella caccia preistorica, nasce con la guerra stessa. Come la disinformazione, l’inganno consiste nel far credere ciò che non è, ricorrendo a tutti i tipi di procedimenti e di strumenti. È un’arte della finzione e del disorientamento mediante la finzione, il falso movimento, la falsa presenza: essere là dove non si è, andare là dove non si va, abbandonare una posizione, dove invece si resta. Far credere che si impegna il grosso delle proprie forze, quando non si tratta che di una minima manciata, che si prende una direzione mentre se ne adotta un’altra. In questo caso il ricorso a una forma minima di diversivo risulta indispensabile.

Alcuni Stati ricorrono all’organizzazione di visite truccate, organizzate per provare che non esiste un’attività illegale. Al contrario, queste stesse visite possono convincere della realtà di una potenza che non esiste veramente. Il procedimento resta tradizionale in tutti i campi dell’azione: far credere molto quando invece c’è poco e viceversa... si esagerano le apparenze o si riduce la realtà. Questo è il principio fondamentale dell’inganno e della disinformazione. Nel 1938, il generale Vuillemin, capo di stato-maggiore dell’aeronautica militare francese, visita la Luftwaffe e si fa imbrogliare da Goering, perché l’aviazione tedesca si trova ancora lontana dalla potenza che ostenta. Eppure, l’efficacia terrificante del bombardamento di Guernica da parte della Luftwaffe due anni prima aveva fortemente impressionato.

Manovre vere-false: gli esercizi militari in tempo di pace presentano un interesse particolare. La loro natura non è necessariamente “difensiva”, sebbene ai giorni nostri, gli Stati non utilizzino più altra terminologia. Il Paese che li organizza può invitare degli osservatori militari stranieri, con lo scopo di testimoniare le sue buone intenzioni e dissipare il sospetto di progetti minacciosi. Tuttavia, l’arte può consistere nel fare credere a questi osservatori un’innocuità che maschera le attività reali.

Mentre tra due Stati o due alleanze l’ostilità politica crea una forte tensione, le manovre militari in prossimità delle frontiere costituiscono un periodo pericoloso, particolarmente propizio per la disinformazione. Quando assumono una grande ampiezza, questi esercizi possono, infatti, servire da maschera per un’aggressione improvvisa.

Possono costituire un eccellente pretesto per far scattare un'operazione giudicata necessaria dopo molto tempo. Per prevenire un attacco a sorpresa, si ricorrerà all'offensiva preventiva, con il pretesto che le manovre costituivano l'inizio di una vera e propria offensiva.

Tale fu il caso, nel 1967, quando, di fronte alle manovre dell'esercito egiziano, Israele decise di attaccare. Al contrario, nel 1973, l'esercito egiziano fa credere a delle manovre lungo il canale di Suez, che esso attraversa il giorno dello Yom Kippur. L'angoscia dell'attacco a sorpresa e dell'azione disarmante mediante un lancio di missili balistici nucleari, ha costituito una delle ossessioni maggiori della guerra fredda tra gli Stati Uniti e l'Unione Sovietica, tra la NATO e il Patto di Varsavia. Con lo scopo di evitare i rischi di una cattiva interpretazione delle attività dell'avversario, durante la guerra fredda sono state elaborate delle misure volte a creare la fiducia (*Confidence-building measures*), per evitare l'ansia dell'inganno, generatrice di reazioni intempestive. Ognuno fornisce informazioni. Si comunica la data e le caratteristiche dei propri test balistici (India-Pakistan), spiegando l'obiettivo e la natura delle proprie manovre. Si installano dei collegamenti di comunicazione flessibili e rapidi ("telefoni rossi").

- L'uso della natura, le sue particolari proprietà di trarre in errore e nascondere, offrono immense opportunità per l'inganno

In funzione della strategia e dei piani adottati, la natura può costituire un elemento di vulnerabilità o di protezione. Tutto dipende dalla capacità di utilizzarne le opportunità a seconda che si sia in offensiva o in difensiva. Eppure, l'inganno si gioca le possibilità offerte dalla geografia fisica: vegetazione, asperità del terreno, ostacoli naturali. I laghi, esempio ammirevole, possono costituire una risorsa straordinaria: le nebbie favoriscono la dissimulazione come sul Trasimeno. I laghi Masuri hanno contribuito alla schiacciante vittoria di Hindenburg-Ludendorff e spezzarono l'offensiva russa nell'estate del 1914. Quando è gelato, un lago costituisce una trappola temibile: così S. Eisenstein mette in scena, in modo ammirevole, nel film *Alexander Nevsky*, l'annientamento dei cavalieri teutonici che, sotto il peso delle loro armature, fanno crollare i ghiacci del lago Peipus e vengono inghiottiti.

Rilievi impervi e vegetazioni folte sono dei potenziali strumenti d'inganno e, sicuramente, di sorpresa operativa, che possono assumere una dimensione decisiva (cf. la foresta delle Ardenne, considerata impenetrabile per i carri armati tedeschi nel

maggio del 1940 o, ancora, la giungla della Malesia, in cui però penetrarono le forze giapponesi, prendendo alle spalle la guarnigione britannica di Singapore).

I mezzi più rudimentali vanno ancora d'accordo con quelli più complessi: nubi di polvere, fuochi di bivacchi, rumori, tutto ciò che colpisce i sensi. Nel complesso, queste tecniche presentano un eccellente rapporto costo-efficacia. Oggi l'inganno dà la preferenza alle fonti elettromagnetiche più sofisticate, più onerose, ma non necessariamente le più efficaci, quando il nemico, che dispone solo di armi elementari, non invia segnali o ne invia molto pochi.

L'arte del falso gioca un importante ruolo tattico. Si basa sulla fabbricazione di inganni (*cheats, decoys, dummies* – la ricchezza del lessico inglese non è un caso), cannoni falsi, blindati di cartapesta. Si tocca la finezza delle scenografie cinematografiche. Che cos'è, infatti, il nemico in queste circostanze se non uno spettatore che si deve illudere?

È divertente constatare che l'uso di questi inganni è, in generale, attribuito alla perfidia del nemico. Se ne fa solo raramente menzione per se stessi. È più corretto, in termini di immagine (noi non inganniamo!), ma inoltre questo permette di rimanere discreti sulle proprie tecniche di inganno. Esse prendono, infatti, una forma sempre più sofisticata e costosa.

Attirare il passaggio di un satellite per mostrargli dei falsi avvenimenti e focalizzare la loro attenzione là dove in realtà non succede niente, mentre un po' più lontano, fuori dal campo di visione limitato del satellite, si trovano le attività reali.

Se l'inganno è costantemente utilizzato nella guerra normale, si costata che lo è ben poco nelle operazioni di mantenimento della pace... che potrebbe servire in maniera molto utile, considerato il disequilibrio sempre sfavorevole a una forza di pace, di fronte a degli avversari che si abbandonano, loro, a tutte le provocazioni e che cercano di ingannare le forze di intervento pacifiche. Ma i soldati della pace hanno il diritto di ingannare? Lo possono fare, alla luce della trasparenza delle loro attività? Si possono immaginare le Nazioni Unite che allestiscono un'operazione di inganno efficace? Oppure, la forza di interposizione o di mantenimento della pace, troppo fiduciosa, trascurerebbe di ricorrere all'inganno?

È sempre l'analista che costata l'esistenza di un settore promettente, incolto o molto mal utilizzato.

- Insufficienza del solo inganno

I sostenitori e i teorici dell'inganno politico e strategico hanno adottato una posizione estrema: astuzia, stratagemma e sorpresa sono di per sé sufficienti per prendere una decisione, per vincere la guerra senza neanche dover impegnare grandi battaglie.

L'inganno costituisce un dispositivo, un meccanismo, una leva che permette forse di vincere la guerra, ma esso ha bisogno della base delle forze reali. Compensatore di inferiorità, moltiplicatore di potenza, l'inganno è uno strumento di cui conviene, con precauzione, misurare i limiti. Senza una forza reale capace di assicurare il risultato finale, mediante gli effetti di distruzione fisica, l'inganno, da solo, non riesce a determinare una decisione.

È dunque sia un compensatore, che riduce il disequilibrio tra il debole e il forte, sia un amplificatore di potenza. L'inganno indebolisce il nemico, aumenta la sua vulnerabilità o diminuisce la sua potenza ma non distrugge le sue forze. Lo pone in posizione di inferiorità senza che esso ne abbia coscienza, cosa che costituisce un fattore maggiore di vulnerabilità. Ingannato e non "deluso", il nemico diviene una preda. Inoltre, è necessario che una forza sufficiente, anche se inferiore, sia in grado di trarre i vantaggi creati e raccogliere così i frutti vittoriosi di una manovra generale accuratamente pianificata.

● Disinformazione e scontro di mentalità e culture militari

Esiste una "cultura" dell'inganno che caratterizzerebbe certi eserciti e, in considerazione dell'importanza accordata nell'educazione militare, lo spirito di certi popoli?

Sun Tzu viene frequentemente citato perché considera l'inganno l'elemento primordiale della guerra. Si tratterebbe di una inclinazione "orientale" fatta di perspicacia, ma anche di astuzia, peggio ancora di doppiezza? Ora, i britannici vi hanno fatto ricorso in maniera sistematica, anche se l'importanza dei successi ottenuti è stata, a volte, deliberatamente sopravvalutata. È anche perché Albione è "perfido". Conviene attenersi ai fatti attestati dalle operazioni, agli scritti e non a pregiudizi e dicerie che mirano a discreditare il nemico ("*fides punica*"). Qui si entra nel dominio della disinformazione. È utile alla fine suggerire che l'ipocrisia caratterizzi il nemico e giustifichi le misure di precauzione, che si è obbligati a prendere contro i suoi subdoli intrighi.

In realtà, dopo l'opposizione tra Achille e Ulisse, tutte le culture militari testimoniano una tensione tra i sostenitori dell'azione eroica, in piena luce di fronte al

nemico, audace, brillante, aperta, e i sostenitori dell'oscurità, della dissimulazione, dell'astuzia, disprezzo dei "prodi" guerrieri per tutto ciò che non è campo di battaglia. In cambio, ironia sprezzante degli esperti dell'azione psicologica nei confronti degli "spacconi", i disinformatori, che si credono maestri degli attori accecati dalla loro azione, ritengono di poter condurre da soli l'intera guerra. Tant'è vero che le organizzazioni riescono difficilmente ad accettare altro che una scelta a loro favore.