

Prefazione
di Giulietto Chiesa

Le guerre moderne (s'intende qui le guerre condotte dalle nazioni civili e democratiche contro gli altri, automaticamente qualificati come incivili e non democratici) sono possibili solo con il consenso delle popolazioni. È un dato di fatto al quale i governanti delle suddette nazioni civili non possono sottrarsi.

Altrimenti come potremmo parlare di democrazia?

Di conseguenza, poiché le guerre delle nazioni civili e democratiche (alle quali si addice anche la qualifica di credenti, invariabilmente cristiano-giudaiche) sono, per definizione, guerre buone e giuste (altrimenti come si potrebbe mantenere intatto il giudizio di nazioni civili?), il consenso delle popolazioni dovrebbe essere dato per scontato. Se, per caso, dovesse non essere tale – sempre per confermare la qualifica di democratiche alle nazioni civili – esso dovrà essere costruito, organizzato, predisposto, preparato.

L'operazione è non solo buona, ma indispensabile. Essa infatti costituisce la base su cui si può tenere alta la doppia qualifica di civile e democratica ad una qualunque società che entri in guerra.

Alla preparazione del consenso popolare viene dunque dedicata la più grande attenzione. Coloro che vi si dedicano sono tenuti nella massima stima, quali che siano i mezzi cui fanno ricorso. Essendo buono il fine, i mezzi non possono che essere ottimi.

Di converso, coloro che ostacolano la formazione del consenso attorno alle guerre debbono essere additati al ludibrio e all'esecrazione sociale. Essi verranno variamente definiti traditori,

anti-patriottici, quinte colonne del nemico. Nel-l'accezione più moderna: terroristi, o complici del terrorismo. Nei loro confronti potranno essere intraprese le più svariate forme di rappresaglia, ed esse saranno tutte giustificate. Il grado di violenza della rappresaglia sarà in funzione del danno che individualmente e collettivamente i disturbatori del consenso saranno in grado di infliggere.

Con il linguaggio moderno, l'operazione di costruzione del consenso dev'essere preventiva. Obbligatoriamente. Poiché le vere motivazioni con cui si fanno le guerre alla fine del XX secolo e agli inizi del XXI sono sempre più inconfessabili e debbono essere tenute accuratamente nascoste, si richiede dunque una puntuale organizzazione preventiva e complessa di motivazioni fittizie. Nulla dovrebbe essere lasciato al caso. Le notizie false e tendenziose atte a rendere acquiescente il grande pubblico saranno predisposte con tempismo e precisione. Il sistema dei media è l'incaricato principale per questa bisogna. L'operazione prende il nome di «conquista dei cuori e delle menti», intendendosi con ciò che si deve agire simultaneamente sulla ragione e sulle emozioni. La ragione sarà opportunamente fuorviata, adducendo motivazioni fittizie, modulate però in termini apparentemente logici e razionali. L'emozione sarà affidata prevalentemente alle immagini televisive, la cui manipolabilità crescente – in proporzione diretta con gli sviluppi della tecnologia – le rende particolarmente efficaci.

Nelle epoche precedenti, quando il villaggio globale non era ancora in funzione, la «conquista dei cuori e delle menti» era assai più agevole, in quanto la massa di persone che dovevano essere convinte era decisamente minore. Si trattava inoltre di *élites* dominanti già in gran parte pronte a esportare i propri alti interessi e valori con la forza. Del resto il discorso sociale era essenzialmente confinato all'interno di ristrette *élites*, con le masse forzatamente escluse per ragioni di censo o di assenza di alfabetizzazione.

Nell'epoca moderna larghe masse di popolazione ormai relativamente alfabetizzate sono state proiettate nell'arena politica e si sono convinte di avere diritto a qualche spiegazione. Il problema di conquistare i loro cuori e le loro menti è divenuto quindi assai complesso. Contemporaneamente, come s'è detto poc'anzi, le nuove conquiste della scienza e della tecnica permettono oggi di collocare nelle mani delle oligarchie dominanti mezzi di manipola-

zione di massa di una potenza sconfinatamente superiore a quelli della prima metà del secolo XX.

Nel presente volume sono indicate le metodologie, si potrebbe dire eterne, con cui i padroni del potere hanno giustificato – a se stessi non meno che agli altri – le guerre che andavano progettando e realizzando. Esse hanno valore ancora oggi e una qualunque facoltà di scienza della comunicazione dovrebbe assumerle come regole generali. Si tratta di una specie di manuale di istruzioni che gl'intellettuali e, in particolare, i giornalisti dovrebbero conoscere a memoria, per evitarle. Sfortunatamente una anche approssimativa lettura dei giornali nostri contemporanei ci convincerà che queste regole non le conosce quasi nessuno e molti di quelli che potrebbero conoscerle non hanno alcuna intenzione di disfarsene.

Informatori pubblici del calibro di Jamie Shea (portavoce della NATO durante la guerra del Kosovo-Jugoslavia, ingiustamente precipitato nell'oblio dopo la strepitosa vittoria delle truppe alleate contro il demone Milosevic) potrebbero così apprendere tutte le tecniche di conquista dei cuori e delle menti elaborate nel corso degli ultimi secoli.

Più alcune, più moderne, anzi contemporanee, tipiche del villaggio globale.

Una di esse consiste nell'usare l'immenso flusso di notizie della società moderna per insinuarvi i preparativi di guerra in modo graduale. Una specie di mitridatizzazione preventiva a livello di massa. Veleni gradualmente somministrare poco per volta, in modo che, quando la violenza deve infine cominciare, essa sia stata già introiettata come normale, inevitabile, logica, senza alternative. Il sistema mediatico offre una varietà infinita di strumenti per questi scopi. Mentre un tempo nemmeno troppo lontano – diciamo cinquant'anni orsono – raggiungere con questi veleni milioni, miliardi di persone avrebbe comportato immensi dispendi di energie e sarebbe stato comunque impossibile in tempi relativamente brevi, adesso ciò può essere realizzato con una rapidità eccezionale e a prezzi davvero convenienti.

Si pensi all'«effetto mondo» ottenuto con la distruzione delle torri gemelle del World Trade Center di New York. Tutto il mondo civile, e perfino larghe aree del mondo incivile (quelle dotate di corrente elettrica) poterono capire, in un solo attimo, perché dove-

va cominciare la guerra planetaria contro il terrorismo internazionale. Guerra che, una volta visto quello spettacolo, non poteva che essere considerata inevitabile. E senza fine, dato il compito immamente rappresentato dalla ineluttabile necessità di combattere un nemico diffuso su scala mondiale e proveniente dalle aree più popolate e più povere del pianeta.

Senza avere «visto» quello spettacolo l'effetto non sarebbe stato possibile. Nemmeno i racconti, scritti e parlati, di migliaia di propagandisti, di artisti, di personaggi della cultura e dello spettacolo di tutto il mondo civile sarebbero riusciti nell'intento di rendere comprensibile la guerra nella quale siamo oggi immersi e – stando alle parole dei nostri condottieri americani – lo saremo per i prossimi cinquant'anni.

Nemmeno le decine di migliaia di giornalisti – che pure hanno svolto instancabilmente il loro compito di magnificare la guerra che stava per iniziare, addobbandola di valori come un gigantesco albero di Natale – sarebbero riusciti nell'intento di far metabolizzare la guerra senza quelle immagini di morte e di distruzione. E, senza quelle immagini, non sarebbe stato possibile organizzare la guerra contro l'Afghanistan e poi quella contro l'Iraq, e nemmeno quelle successive che verranno: prima tra tutte quella che incombe, contro l'Iran. Come si sarebbe potuti entrare in guerra senza la possibilità di usare soltanto cinque piccole parole magiche: «è-stato-Osama-bin-Laden»?

La seconda regola, che Lord Ponsonby non ha potuto elencare tra quelle eterne da lui catalogate con la massima precisione (secondo cui tutti i bellicisti più accaniti riescono a farsi passare per agnelli, addossando al nemico tutte le responsabilità, demonizzandolo, assegnandogli una ferocia belluina, privandolo di valori, definendolo semplicemente ed efficacemente come il Male, eccetera), riguarda quella che chi scrive, modestamente, ha battezzato come «rumore di fondo».

È un principio nuovo, che ha anch'esso la sua matrice nella tecnologia dell'immagine, e che consente di manipolare l'*homo videns* – recente mutazione antropologica così definita da Giovanni Sartori – con effetti duraturi e tali da affondare in profondità nei meandri della psiche umana. Un tempo infatti le motivazioni favorevoli alla guerra (nostra contro gli altri), guerra di vincitori in li-

nea di principio, tanto più che scatenata contro i più poveri e i più deboli, guerra che in altre epoche sarebbe stata considerata eminentemente vigliacca, erano tutte costruite sulla base di principi «razionali». Dovevano essere «propagandate», esaltate, spiegate. Si trattava in sostanza di «informazione». Bugiarda quanto si vuole, ma informazione.

Il «rumore di fondo» è qualcosa di immensamente più pervasivo. Esso comprende, simultaneamente, tutto ciò che si vede attraverso i mass media elettronici: informazione, intrattenimento, pubblicità. Tutto può – e deve – essere usato ai fini di guerra. Anche ciò che, apparentemente, con la guerra non c'entra, ma che rientra nella logica di guerra appena uno scalino al di sotto della ragione cosciente. Meglio se diversi scalini al di sotto, così è più difficile farlo emergere in superficie mediante un ragionamento qualsiasi, o l'esercizio dell'analisi critica elementare. Basta per esempio (ed è il più banale degli esempi possibili) che il nemico venga equiparato a colui che mette a repentaglio il tuo tenore di vita, il prezzo della benzina che compri ogni mattina al distributore. Osama bin Laden vuole portare via i tuoi valori, tutti. La tua quiete, i tuoi consumi, la tua libertà. Noi lo combattiamo perché tu possa godere di un vasto parco erboso, di un grande appartamento, di una macchina di lusso, della casa in montagna e al mare, di un tenore di vita sontuoso, della più sconfinata libertà. Tu, naturalmente, non possiedi nulla di tutto questo, ne sei anzi molto lontano, ma ne senti il profumo, ogni giorno, da quando sei nato. E questo profumo lo sentirai fino alla tomba. Solo quello. Ti parliamo della libertà e intendiamo la nostra, quella di manipolarti, la libertà d'impresa, cioè la libertà di tosarti. E tu intenderai la tua piccola libertà personale, quella di comprarti un biglietto per andare in vacanza alle Maldive. Un grande *qui pro quo*.

Basta che questo rumore di fondo ti entri nella testa ed ecco realizzato il miracolo: non sentirai altro. O, per meglio dire, potrai sentire anche le urla di qualcuno che cercherà di dirti qualche cosa di diverso, che cercherà di metterti in guardia. E queste urla, picchi alti in un monotono scorrere di suoni, e di immagini, saranno usate per dimostrarti che il pluralismo è stato garantito: tutti possono parlare, ti diranno nei rari momenti in cui sarai sveglio.

Potrai vedere anche qualche immagine tremenda, di sangue, che

preferiresti non vedere, di qualche bambino fatto a pezzi, di qualche effetto collaterale, ma essa annegherà nel grande rumore di fondo prodotto dalla Fabbrica dei Sogni in cui sei stato immerso fino al tallone, Achille istupidito e sordo.

Infine il «rumore di fondo» ha un'altra valenza insuperabile: che dal gran mare di suoni e d'immagini si potranno togliere, senza che quasi nessuno se ne accorga, tutte le cose che contraddicono l'agenda del giorno che noi abbiamo compilato per te e che compiliamo ogni giorno, diligentemente. In ogni caso, siccome il fiume è immenso, le poche cose che contano saranno comunque assai poco visibili, soverchiate dal frastuono delle chiacchiere, dei pettegolezzi, delle banalità tristi e feroci della vita quotidiana che è a portata di mano. E quando nemmeno la vita quotidiana sarà cosa che ti si potrà concedere di vedere (chissà mai che ciò t'induca a riflettere sulla vita reale tua e dei tuoi figli), useremo per te ondate di donne semi denudate, il folklore, l'e-sotico, perfino il dolore altrui, affinché tu ti distraiga abbastanza per non arrivare a vedere nemmeno la punta delle tue scarpe modeste e massificate.

S'è detto che il sistema mediatico – di cui Lord Ponsonby non conosceva ancora la potenza – è decisivo e cruciale per tutto questo. La televisione ne è la regina incontrastata. Chi la possiede ha in mano l'agenda del giorno di milioni e milioni di persone. Chi la possiede può comprare coloro che la faranno funzionare nel suo interesse. È per questo che da decenni i potenti di ogni latitudine cercano di privatizzarla. In ogni modo. La mantengono statale solo dove e quando hanno in mano lo Stato. Dove sarebbero costretti a dividerla, la privatizzano. Il caso italiano è la somma di entrambe le soluzioni, in cui il privato per eccellenza è diventato padrone della TV privata e, in quanto padrone dello Stato, anche di quella pubblica. E poiché esiste la lontana possibilità che un giorno perda lo Stato (remota, in queste condizioni) meglio privatizzarla comunque, visto che l'unico acquirente possibile è lui in persona.

Qui si dovrebbe aprire il discorso sugli intellettuali. Perché sono loro – non tutti, ma in parte decisiva – coloro che questa televisione la fanno per conto dei proprietari. Ora noi possiamo dire, con l'autrice di questo bel libro, che la guerra appanna il senso critico degli intellettuali. Ma non solo la guerra. Il denaro è una nebbia altrettanto densa. Gli artisti e gli intellettuali, in Italia e altrove, sono

nella loro grande massa – massa relativa, di fronte alle grandi masse di un paese moderno, ma massa cruciale, perché è la massa dei propagandisti, cioè di coloro che hanno accesso ai media – assai inclini a farsi obnubilare. Dei giornalisti è meglio non parlare neppure. Nell'un caso e nell'altro coloro che si distinguono sono eccezioni, ed esse, come s'è visto, affogano nella corrente del rumore di fondo.

Si è visto qui che artisti, giornalisti, intellettuali sono stati inclini a sostenere la causa della guerra in tutte le guerre del secolo XX. Forse non è la maggioranza (resta questa speranza, ma è solo una speranza), ma è quello che si è visto e sentito, a conferma di ciò che andiamo dicendo, e cioè che per gli altri non c'è spazio mediatico: per questo non si vedono e non si sentono. Vengono occultati, quindi non esistono.

Questo libro è stato scritto in Belgio e, assai lodevolmente, ci elenca una (piccola) serie (esemplificativa) di canaglie intellettuali belghe e francesi. Contemporanei che si sono presi sulla coscienza la responsabilità di propagandare le ultime guerre, giornalisti che hanno messo la professione sotto i calcagni, assumendo le informazioni che venivano dal potere senza neppure tentare di sottoporle a un vaglio elementare. Qualche volta inventando essi stessi, direttamente, il falso senza aspettare l'imbeccata. Intellettuali *embedded*, anche se se ne stavano quieti dietro le loro scrivanie e le loro cattedre. Manca ancora un autore che abbia il coraggio di farci il ritratto dei giornalisti italiani e dell'*intelligencija* italiana: si può solo dire che hanno fatto di peggio.

Il problema però non sono loro.

Il Leviathano della guerra ha preso nelle sue mani il Moloch dell'informazione. E le forze democratiche in Occidente non si sono accorte che questo spopolamento è la fine della democrazia liberale. E che, se c'è una via d'uscita ancora democratica, essa non può essere ricercata nell'eroismo individuale di chi produce informazione e cultura, bensì nella organizzazione della gente, dei manipolati, dei consumatori del rumore di fondo. Solo così, se appoggiati dall'esterno, i prigionieri, oggi vili e silenziosi, nella torre del sapere e della comunicazione di massa, potranno essere liberati, insieme ai milioni che non sanno leggere la televisione, perché nessuno ha mai cercato di insegnarglielo.