

saggi

STORIA

Per la propaganda ci vuole creatività

Dal monopolio delle notizie alle prime dirette tv, Goebbels costruì il sistema perfetto di alterazione della verità

MASSIMILIANO PANARARI

Il suo «sistema» resta a tutt'oggi un – tragico e terribile – modello. La tecnicizzazione e la sistematizzazione delle attività di manipolazione operata da Joseph Goebbels ha puntellato «scientificamente» il consenso del regime hitleriano, e facilitato in maniera massiccia l'adesione delle masse tedesche all'abominio nazionalsocialista. Un paradigma di propaganda totalitaria che ha veramente fatto scuola nel corso del Secolo breve, ed è stato fonte di ispirazione per tanti, al di là di quanto si possa immaginare, continuando a fornire spunti di falsificazione e alterazione della verità anche alla nostra età delle reti e dei social. Da tempo il giornalista Giovanni Mari studia con particolare attenzione e competenza i temi della propaganda nazista e i meccanismi di persuasione del Novecento, ricavandone così una sorta di mappa cognitiva per comprendere l'attualità sottoposta al regime della postverità.

Il 6 settembre 1934, durante uno dei funerali e foschi raduni di Norimberga, Goebbels espone *coram populo* i principi della sua dottrina manipolativa con un discorso spiritato che venne pubblicato integralmente dalla Nsdap, e ripreso ampiamente all'interno del film *Il trionfo della volontà* della celebre regista organica Leni Riefenstahl. L'assunto di partenza era l'ostentata rivendicazione del ruolo centrale svolto dalla propaganda nella preparazione dell'avvento del nazismo, accusando peraltro – secondo uno schema di rovesciamento dei fatti destinato a diventare sempre più frequente in segui-

to – le nazioni liberaldemocratiche di avere vinto la Prima guerra mondiale in virtù di un massiccio ricorso alla sua strumentazione. E proprio il motivo propagandistico della «non sconfitta» – ossia la possibilità per il Reich di vincere ancora sul campo se non fosse stato obbligato a firmare la pace dal combinato disposto di due complotti, l'uno di matrice capitalistica e l'altro bolscevico – propalato a piene mani da Paul von Hindenburg ed Erich Ludendorff fornì una pietra miliare per la manipolazione nazionalsocialista, che riunificò le cospirazioni sotto l'ideologia dell'antisemitismo. Come Mari documenta, illustrando le idee cardine del nazi-burrattinaio, la sua adorata propaganda consisteva in una specie di «arte creativa» e in «una pratica attiva e rivoluzionaria», che doveva «parlare la lingua del popolo» ed «essere compresa dall'uomo della strada». Il propagandista come «vero artista», dunque, dotato di un funesto «spirito creativo» che lo potesse rendere «padrone dell'anima popolare». In definitiva, la propaganda aveva come finalità quella di «far sì che il popolo capisca e quindi si dedichi volontariamente e senza resistenza ai compiti e agli obiettivi di una leadership superiore».

Nella temperie di ferro e fuoco – e di orrore – della prima metà del XX secolo, il ministro

tedesco delineava la visione di un sistema di dispositivi comunicativi che non dovevano porsi problematiche etico-morali, dal momento che, notoriamente, era il Führer a stabilire cosa fosse bene o male per il Volk germanico. Goebbels edificò così il suo sistema di orienta-

mento delle masse su due pilastri, la propaganda e il fanatismo, con una spiccata attenzione per l'evoluzione delle tecnologie comunicative e un loro impiego totalizzante, dal tea-

tro popolare alla stampa, dalla radio alla neonata televisione, con il primo programma regolare della storia (cinque ore settimanali) nel '35 e, l'anno successivo, la prima diretta (dedicata alle Olimpiadi di Berlino). Il nodo della modalità di «presentare la verità», la messa in scena di ogni evento e dichiarazione ufficiale, il monopolio delle notizie (mediante il trasferimento di proprietà dei giornali o la loro conversione al nuovo verbo dominante), il metodo delle veline, il sistema centralizzato di controllo dell'informazione e di diffusione della disinformazione: il repertorio goebbelsiano ha mostrato in chiave spaventosa una inesauribile vena – per l'appunto – «creativa».

Su un piano e in un contesto differenti, un'altra «amoralità» di fondo orientava la filosofia persuasiva – prima a fini commerciali e, in brevissimo tempo, anche per scopi politici – delle metodologie del marke-

ting Usa. Ed è questo scivolamento di piani quasi senza soluzione di continuità nelle tecniche di convincimento che costituisce anche l'oggetto delle inquietudini di Mari, il quale, oltre a descrivere nel dettaglio il funzionamento dell'«orchestra» propagandistica nazista, indaga le logiche politico-mediali della campagna elettorale permanente dei populistici del presente, ravvisando un campionario di strategie di sto-



Giovanni Mari
"L'orchestra di Goebbels"
Lindau
pp. 264, € 23

Nella foto Leni Riefenstahl, amica ed estimatrice di Hitler, autrice di film e documentari che esaltavano il regime nazista e che le assicuravano una posizione di primo piano nella cinematografia tedesca del suo tempo



rytelling che ha rimesso “a sistema” numerose delle novità comunicative *made in* Goebels. Dalle ossessive rivendicazioni identitarie e il primato della tradizione al rifiuto di “farsi etichettare” di destra o di sinistra, dagli attacchi forsennati contro le *élites* al rigetto della legge e di qualsivoglia istituzione sovranazionale: c’era già tutto, nella lingua del tempo (e del Terzo Reich), nei diari del ministro della Propaganda. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'autore

Giovanni Mari è giornalista al «Secolo XIX» di Genova. Si è occupato a lungo dello scontro tra i partiti politici italiani, interessandosi in particolare al tema della propaganda politica. Ha pubblicato il saggio “Genova, vent’anni dopo. Il G8 del 2001, storia di un fallimento” e il romanzo storico “Klausener Strasse. 1970: caccia al cadavere di Hitler, il diario segreto del KGB”

