

# SUL GOVERNO DELLE MASSE

## Riflessioni teoriche

Gianni TRIMARCHI

(Università degli Studi di Milano-Bicocca)

This essay examines the theme of social manipulation analyzed in some texts written when the phenomenon was at the origins. These texts have recently been published in Italian, with a good success of public. The forefather of these works is Le Bon's *Psychology of the crowds* published in 1895, which is mentioned in all later elaborations. In this book of Darwinian inspiration, the French psychologist distinguishes the behavior of a single isolated person, from that of an individual who regresses in a collective context. This behavior can be defined as an expression of the archaic life that survives giving rise to puzzling results for those people who consider evolution as a unilinear result. The following authors (Freud, Lipmann, Bernays and others) draw the consequences of this first statement in different forms, developing a few axioms that are in many ways still active and operating in our contemporary social context.

Keywords: Crystallising, Crowd, Cultural Industry, Public Opinion.

Pubblicità per cambiare il mondo: che sciocchezza! La propaganda fissa la costituzione degli uomini come sono diventati sotto l'ingiustizia sociale, nell'atto stesso che li mette in moto. La propaganda manipola gli uomini; gridando libertà contraddice a se stessa. La falsità è inseparabile da essa. La propaganda è antiumana. Essa dà per scontato che il principio per cui la politica deve nascere da una comprensione comune non sia che un modo di dire.

Max Horkheimer e Theodor Adorno<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Max M. HORKHEIMER e Theodor W. ADORNO, *Dialettica dell'illuminismo*, trad. it. L. Vinci, Einaudi, Torino 1966, pp. 271-272.

## 1. Introduzione

Recentemente sono stati pubblicati in Italia alcuni libri che furono scritti alle origini della pubblicità e hanno avuto ancora oggi un notevole successo editoriale. Questi testi hanno una loro rilevanza, in quanto, pur a distanza di molti decenni, ci spiegano in termini chiari alcune fra le premesse ancora operanti nel nostro essere sociale. Gli autori ci descrivono l'industria culturale non dal punto di vista dei critici, ma da quello di coloro che la edificarono, a partire dalla crisi del Ventinove. Troviamo infatti una significativa identità dialettica fra i testi dei gestori del processo e quelli di chi lo contestava, come gli studiosi della scuola di Francoforte. Ulteriormente significativo il fatto che le “menzogne” dell'industria culturale abbiano un loro riscontro in una concezione oligarchica dello stato, esplicitamente riferita al mito della caverna e alla *nobile menzogna*<sup>2</sup> in Platone di cui parleremo più avanti. Sono però implicati anche alcuni passi dell'opera di James<sup>3</sup>, che risulta in certo senso presente in questo contesto, in quanto maestro, ad Harvard, di Lippmann, che lo cita spesso nei suoi lavori. Un altro lettore va preso in considerazione. Joseph Goebbels che era, come noto, ministro della propaganda, pare abbia mostrato ad un ambasciatore americano una copia di *Crystallising opinion* di E. Bernays, collocato nella sua biblioteca<sup>4</sup>. Egli considerava questo testo come uno strumento operativo, utile al partito nazista. Secondo Adorno e Horkheimer, del resto, l'interesse per questi temi e questi autori era generalizzato in Germania. «Le declamazioni di Hitler sulla massa e i modi in cui questa si lascia influenzare suonano al lettore come una risciacquatura di Le Bon».<sup>5</sup> Vedremo però che il pensiero dello psicologo francese è ben più articolato di quanto non uscisse dalla

---

<sup>2</sup> Francesca CALABI, *La nobile menzogna*, in M. VEGETTI (a cura di), *Platone, Repubblica*, vol. 2, Bibliopolis, Napoli 1998, pp. 445–457. In Walter LIPPMANN, *L'opinione pubblica* (1922), trad. it. C. Mannucci, Donzelli, Roma 2018, p. 309, compare addirittura il termine *nobile falsificazione*, che è quasi una citazione, visto che i passi in cui cita Platone nel suo libro sono molti. Addirittura l'epigrafe iniziale è lunga una pagina e riporta per intero il mito della caverna, in cui egli ravvisa il suo modello oligarchico di governo.

<sup>3</sup> Qui il riferimento è in particolare al saggio di William James *The Perception of reality* (1890) che per altri versi fu ripetutamente citato anche da Schütz. Su questo tema cfr. Gianni TRIMARCHI, *La logica del pensiero quotidiano*, in “InCircolo”, n. 2, dicembre 2016, pp. 1-18. Per quanto riguarda Lippmann, nel suo *Public opinion*, il nome di James compare, significativamente, una decina di volte.

<sup>4</sup> Edward BERNAYS, *Propaganda. Della manipolazione d'opinione pubblica in democrazia* (1928), trad. it. A. Zuliani, Fausto Lupetti Editore, Bologna 2018, Ebook, p. 23.

<sup>5</sup> Max HORKHEIMER e Theodor W. ADORNO, *Lezioni di sociologia* (1956), trad. it. A. Mazzone, Einaudi, Torino 1966, p. 92.

“rischiacquatura”. L’indagine che ci accingiamo a mettere in atto consiste nel riportare alla luce strumenti culturali che ebbero il loro peso nel corso della storia e continuano ad averlo, come possiamo constatare ancora oggi dall’iterato comparire delle esplosioni di una “irrazionalità” calcolata, sulla quale a suo tempo era stata costruita una teoria. Sarebbe ingenuo pensare che questi temi riguardino solo il passato; si tratta piuttosto di un “presente remoto” che continua a governarci e che val la pena di conoscere da vicino. Cronologicamente, il primo dei testi di cui dobbiamo parlare è il saggio di Le Bon, che fu ampiamente citato da tutti gli autori successivi.

## 2. Gustave Le Bon: civiltà e regressione (1895)

Fra vari libri recentemente ripubblicati con successo dall’editoria italiana, iniziamo a prendere in esame la *Psicologie des foules* di G. Le Bon del 1895, pubblicato in Italia già nel 1927 e ripubblicato nel 2013. Come scrivono Horkheimer e Adorno, «Quest’opera celebre segna l’inizio della moderna psicologia di massa. L’irrazionalità, oggetto di osservazione, è fusa e confusa con l’irrazionalità dell’osservatore» tuttavia i due autori riconoscono che egli ci offre «una sorta di fenomenologia descrittiva delle masse»<sup>6</sup> molto acuta. Le Bon si colloca in quel filone di origine darwiniana, assai diffuso a fine Ottocento, per il quale il progresso non oblitera l’arcaico, ma lo conserva, dando luogo ad effetti sconcertanti per chi considera l’evoluzione come un movimento a senso unico, ignorando le sopravvivenze. Già nelle prime pagine del suo libro, Le Bon sembra quasi anticipare la metafora dell’*Iceberg*<sup>7</sup>, in termini che molto probabilmente piacquero a Freud.

I fenomeni inconsci hanno una parte preponderante. La vita cosciente dello spirito è una piccola parte in confronto alla vita inconsciente.<sup>8</sup> Parecchi dei caratteri speciali della folla si osservano anche negli esseri appartenenti a forme inferiori, come il selvaggio e il bambino.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> *Ivi*, p. 88.

<sup>7</sup> Secondo Freud, la parte emergente della psiche umana corrisponde a un decimo del totale, così come avviene in un *Iceberg*.

<sup>8</sup> Gustave LE BON, *Psicologia delle folle* (1895), trad. it. A. Fabietti, Monanni, Milano 1927, p. 28.

<sup>9</sup> *Ivi*, p. 35.

Tra le forme della regressione che qui ci riguardano, va indicato anzitutto il *contagio*<sup>10</sup>, per cui il singolo individuo sospende la propria capacità critica e le proprie regole etiche, per far sue quelle imposte dal contesto, a cui non può sottrarsi, dimenticando tutti gli aspetti della morale comune, compresa l'autoconservazione. Da buon positivista, Le Bon non disdegna di cercare le cause di questi processi e di trovarle in termini organici, poi smentiti nell'implicito dalla trattazione complessiva:

Gli atti [delle masse] subiscono più l'influenza del *midollo spinale* che quella del cervello. L'individuo isolato può subire gli stessi eccitamenti dell'uomo in folla, ma la ragione gli fa vedere gli inconvenienti, non visibili invece nella nuova contestualizzazione.<sup>11</sup>

La spiegazione di questi processi, che sospendono l'uso dell'intelletto, si troverebbe a sua volta nell'ipnosi, messa in atto nelle persone che fanno parte di una folla, o comunque di un gruppo.

Un individuo tuffato in una folla in fermento, forse *in seguito agli effluvi che ne sprigionano*, (!) cade nello stato di fascinazione dell'ipnotizzato. La personalità cosciente è svanita. Sentimenti e pensieri sono determinati dall'ipnotizzatore.<sup>12</sup>

Fra le conseguenze che possiamo riscontrare in questo stato, ricordiamo che le masse sono caratterizzate da un senso di potenza invincibile, dove il normale senso di responsabilità scompare.<sup>13</sup> Essendogli garantita l'impunità rispetto alle regole esteriori e interiori, avviene che il singolo abbia la piena libertà di soddisfare i più bassi istinti<sup>14</sup> in un contesto che però non è quello solitamente attribuito ai delinquenti, infatti

I delitti delle folle risultano da una potente suggestione e gli individui che vi hanno preso parte sono poi persuasi di avere obbedito a un dovere. *Non è questo il caso di un delinquente comune.*<sup>15</sup>

Il nostro racconta di un massacro di massa avvenuto a Parigi nel settembre 1792, in piena rivoluzione, in cui l'atmosfera era dominata da una «piacevole allegria.»<sup>16</sup> Alla

---

<sup>10</sup> *Ivi*, p. 29.

<sup>11</sup> *Ivi*, p. 35.

<sup>12</sup> *Ivi*, pp. 30, 31.

<sup>13</sup> *Ivi*, p. 29.

<sup>14</sup> *Ivi*, p. 89.

<sup>15</sup> *Ivi*, p. 156.

<sup>16</sup> *Ivi*, p. 159.

fine dello scempio, i partecipanti chiesero al governo una medaglia, per meriti rivoluzionari, avendo la certezza di aver adempiuto un dovere, benché questo fosse consistito nell'uccidere 1.500 persone che si trovavano già in carcere, fra cui una cinquantina di bambini: da grandi sarebbero diventati «nemici della nazione»!<sup>17</sup> Le Bon riscontra analoghi processi anche all'interno dei gruppi che esercitavano il governo. Infatti, alcuni membri della Convenzione erano «inoffensivi borghesi che in altri casi sarebbero stati pacifici notai»<sup>18</sup> Questi stessi tuttavia «condannarono a morte gli individui più chiaramente innocenti e si decimavano anche fra loro»<sup>19</sup>.

In queste descrizioni messe in atto dal nostro, è facile vedere «un giudizio preciso di condanna della Rivoluzione francese, legato ai valori della restaurazione», come già rilevato da Horkheimer e Adorno<sup>20</sup>. Con tutto ciò tuttavia Le Bon è molto preciso nel descriverci la dinamica di alcuni fenomeni, che altri autori hanno visto invece in forma statica.

Nell'anima collettiva le abitudini intellettuali degli uomini e quindi le loro individualità, si cancellano. Fra un celebre matematico e il suo calzolaio può esserci un abisso sotto il rapporto intellettuale, ma dal punto di vista del carattere e delle credenze la differenza è spesso nulla, o lievissima. Le decisioni di interesse generale, prese da un'assemblea di uomini scelti, non sono superiori alle decisioni che prenderebbe *una riunione di imbecilli*, Le folle accumulano non l'intelligenza, ma la mediocrità.<sup>21</sup>

Qui l'uscita dalle tenebre dell'ignoranza, cara all'illuminismo, si trova a cozzare contro un'egemonia dell'emotività, che non risparmia le persone colte. Le Bon approfondisce questo concetto, dandoci in certo senso un piccolo manuale della teatralità melodrammatica, in cui troviamo i codici che realmente operano nella nostra mente, con un rigore non diverso da quello delle leggi matematiche. Qui si apre la strada a quello che in seguito verrà definito come «il calcolo dell'effetto»<sup>22</sup>.

Non sono i fatti in sé a colpire l'immaginazione popolare, ma il modo come si presentano. L'arte di impressionare le folle è l'arte di governarle<sup>23</sup> [...]. L'oratore deve abusare delle affermazioni violente. Esagerare, ripetere, mai dimostrare. L'arte di parlare alle folle non

---

<sup>17</sup> *Ivi*, p.160.

<sup>18</sup> *Ivi*, p. 26.

<sup>19</sup> *Ivi*, p. 32.

<sup>20</sup> HORKHEIMER e ADORNO, *Lezioni di sociologia*, cit., p 90.

<sup>21</sup> LE BON, *Psicologia delle folle*, cit., pp. 28-29.

<sup>22</sup> HORKHEIMER e ADORNO, *Dialettica dell'illuminismo*, cit., p. 8.

<sup>23</sup> LE BON, *Psicologia delle folle*, cit., p. 67.

esige attitudini speciali, ma l'oratore deve saper usare tinte forti e violente.<sup>24</sup> La preoccupazione di Napoleone fu sempre quella di colpire l'immaginazione delle folle. Le dimostrazioni destinate a influire sull'intelligenza non potrebbero raggiungere questo scopo. Ci vuole una grande vittoria, un grande delitto...L'importante è presentare le cose in blocco, senza mai indicarne la genesi.<sup>25</sup> La folla non ha dubbi sulla verità, ha una nozione chiara della propria forza ed è autoritaria quanto intollerante. Non accetta discussione. Il contraddittore rischia spesso di essere linciato.<sup>26</sup> Sarà sempre facile far accettare a una folla delle idee generali presentate con parole impressionanti, anche se queste idee non sono mai state verificate.<sup>27</sup>

Già da questi passi possiamo intendere che l'arte dell'oratore ha molto a che vedere con *l'estetica dello stupore*, che caratterizza il melodramma. Il riferimento al teatro, che fino a qui potrebbe risultare occasionale, acquista in altri passi dei risvolti precisi, che assimilano esplicitamente le regole del comizio a quelle di uno spettacolo.

Le rappresentazioni teatrali, che danno l'immagine sotto la forma più precisa, hanno sempre un'enorme influenza sulle folle. Nulla colpisce l'immaginazione popolare come una rappresentazione teatrale. Tutta la sala prova nello stesso momento le stesse emozioni e questo non si trasforma subito in azione, in quanto anche lo spettatore più incosciente non può ignorare di aver riso e pianto per avventure immaginarie, [ma l'azione resta sempre in agguato, infatti] bisognava *proteggere all'uscita l'attore che rappresentava il traditore*. [...] Agli occhi delle masse l'irreale ha quasi la stessa importanza della realtà. Le folle hanno un'evidente tendenza a non differenziarli.<sup>28</sup>

Per questo «il meraviglioso e il leggendario sono i veri sostegni della civiltà e nella storia l'apparenza ha sempre avuto più importanza della realtà».<sup>29</sup> Anche il socialismo per Le Bon fa parte delle favole destinate a sedurre. Egli ritiene che non regga a un esame di realtà, ma riconosce che si tratta di una forza operante nella storia. Nei casi

---

<sup>24</sup> *Ivi*, p. 49.

<sup>25</sup> *Ivi*, p. 66.

<sup>26</sup> *Ivi*, p. 51. In questo senso forse possiamo intendere il drammatico e iterato «cittadini non tumultuate» nell'apologia di Socrate, dove si oppongono gli argomenti ai sentimenti. Un caso opposto avvenne ai tempi della Comune di Parigi. Il maresciallo V era stato accusato da una folla violenta di colpe che non poteva avere e non sapeva come difendersi. Fu salvato da un abile membro del governo il quale, senza argomentare nulla, affrontò la folla in termini melodrammatici, promettendo di farlo giustiziare per direttissima. «Calmata da questa rassicurazione, la folla si sciolse e il maresciallo poté tornare a casa.» (LE BON, *Psicologia delle folle*, cit., p. 110).

<sup>27</sup> *Ivi*, p.187.

<sup>28</sup> *Ivi*, p. 64.

<sup>29</sup> *Ivi*, p. 64.

di violento cambiamento, le masse hanno bisogno di un capo<sup>30</sup>, però non si tratta di una sorta di padrone; il capo è piuttosto paragonabile a un attore di grido, capace di mettere abilmente in scena i desideri di una massa in quel particolare momento. Sarà seguito con profonda dedizione, fino al momento in cui egli non sarà più l'espressione delle istanze del suo pubblico e verrà destituito, spesso in maniera cruenta<sup>31</sup>. Egli recita una parte diventata ormai obsoleta e, per un "normale" meccanismo, viene percepito dalle folle come malvagio.<sup>32</sup> Questa teatralità melodrammatica, fondata su una regressione, secondo Le Bon si riscontra non solo presso le grandi masse popolari, ma anche in contesti di altro genere, come quelli costituiti dai giurati di Corte di Assise nei tribunali di un paese democratico. Egli afferma che i giurati vengono molto impressionati dai sentimenti e pochissimo dei ragionamenti: essi «non resistono alla vista di una donna che allatta il piccolo, o a una sfilata di orfanelli»<sup>33</sup> Una volta i giurati erano reclutati fra le classi colte, oggi si tratta di piccoli commercianti e impiegati. La statistica dimostra che i verdetti non sono mutati, pur mutando il livello culturale delle persone coinvolte, perché la regressione è sempre la stessa. Le giurie, inoltre, sono soggiogate dal prestigio esercitato dalle uniformi, dalle toghe, o dal rango. «Anche il socialista più feroce [sic!] è emozionato alla vista di un principe».<sup>34</sup> In sostanza «un buon avvocato in un tribunale si preoccupa molto di agire sui sentimenti, mentre il ragionamento ha ben poco spazio».<sup>35</sup> Analogo discorso vale per le assemblee parlamentari.

Le assemblee politiche sono il luogo della terra dove il genio si fa meno sentire.<sup>36</sup> Le assemblee parlamentari, sufficientemente eccitate e ipnotizzate, presentano gli stessi caratteri e *tutti i sentimenti esagerati* che ho descritto nelle folle.<sup>37</sup>

---

<sup>30</sup> Va qui ricordato che la teoria degli assunti di base di W. Bion ha un ben preciso collegamento con la teoria di Le Bon, attraverso la mediazione di W. Trotter, che fu uno dei maestri dello psicoanalista inglese.

<sup>31</sup> LE BON, *Psicologia delle folle*, cit., p. 38.

<sup>32</sup> Per un approfondimento delle tematiche legate alla mistica del capo in Le Bon, cfr B. MAZZON, *Mussolini come emblema nella concezione del leader nella psicologia delle masse*, Milano 2017

<sup>33</sup> LE BON, *Psicologia delle folle*, cit., p. 164.

<sup>34</sup> *Ivi*, p. 126.

<sup>35</sup> *Ivi*, pp. 162–164. Qui, nell'implicito, Le Bon sembra parafrasare la storia di Frine, etèra ateniese, che già allora "convinse" la giuria ad assolverla, presentandosi nuda in tribunale.

<sup>36</sup> *Ivi*, p. 185.

<sup>37</sup> *Ivi*, p. 192.

Un'opinione passeggera facilmente si stabilisce nell'anima delle folle, ma è difficilissimo innestarvi una credenza duratura, come è difficile distruggerla, una volta che si è formata. Si tratta della differenza che si pone fra le ondine e lo stato più stabile delle acque sottostanti in un «lago dalle acque profonde»<sup>38</sup>. Secondo il nostro, tuttavia, anche le credenze durature sono soggette a una sorta di usura. Le rivoluzioni servono ad annullare interamente le credenze già quasi abbandonate, ma non completamente, per la tirannia dei costumi. In questo senso «le rivoluzioni che cominciano sono in realtà credenze che finiscono»<sup>39</sup> e i veri tiranni non sono mai gli uomini, ma sono le tradizioni, le ombre, che sono state introiettate e impediscono alla società di rinnovarsi, fino a quando l'obsolescenza non le porta alla distruzione,<sup>40</sup> «come un edificio parlato»<sup>41</sup>. Qui Le Bon sembra contraddire la propria ideologia, in quanto riconosce nelle folle un momento attivo e produttivo, quando si tratta di modificare le credenze “durature”, che, dal suo stesso punto di vista, non sono mai eterne. In questo senso il suo discorso, di per sé squisitamente conservatore, sembra avere al suo interno un momento di apertura verso una sorta di storicismo. Con tutto ciò, Horkheimer e Adorno tengono a mantenere le distanze.

La sua idea di un'essenza primitiva della massa e la sua innata avversione per la ragione trapassa alla fine in una psicologia antirazionalista delle masse. [...] A conferma del proprio credo ideologico, Le Bon identifica costantemente la massa con il proletariato moderno e con il movimento socialista.<sup>42</sup>

I due autori, tuttavia, dedicano al nostro psicologo un intero capitolo delle *Lezioni di sociologia*, per la lucidità con cui egli descrive *la dinamica della regressione* nei comportamenti dei gruppi sociali.

Le tesi di Le Bon sembrano aver trovato conferma in maniera sorprendente, anche nelle condizioni della moderna civiltà tecnica, in cui *si era creduto di poter contare su masse umane ormai civilizzate*.<sup>43</sup>

---

<sup>38</sup> *Ivi* p. 138.

<sup>39</sup> *Ivi*, p. 138.

<sup>40</sup> *Ivi*, p. 141.

<sup>41</sup> *Ivi*, p. 211.

<sup>42</sup> HORKHEIMER e ADORNO, *Lezioni di sociologia*, cit., pp. 90, 91.

<sup>43</sup> *Ivi*, p. 90.



### 3. Sigmund Freud: Psicologia di massa e analisi dell'io (1921)

Il saggio di Freud è «uno scritto di grandissima fecondità, rimasto meno conosciuto di quanto merita»<sup>44</sup>, proprio per l'istanza teorica che lo anima e lo induce a ridefinire gli assiomi di Le Bon. Questo anche se Freud riconosce che si tratta di una «brillante descrizione dell'anima collettiva»<sup>45</sup>. Sicuramente l'individuo nella massa perde le normali regole morali che caratterizzavano il suo comportamento individuale. Si tratta di un "affrancarsi dalla rimozione degli impulsi sessuali inconsci" per creare una nuova identificazione. Può trattarsi di identificazione con la figura paterna, o anche di un fenomeno estremamente diffuso nella vita quotidiana, come il rapporto amoroso, in cui rientrano parametri a carattere ipnotico, in certi casi distruttivi, come previsto da Le Bon.

L'io diventa sempre meno esigente e più modesto, mentre l'oggetto [amato] diventa sempre più magnifico e prezioso...l'oggetto assorbe e divora l'io...Nell'accecamento amoroso non c'è più critica e *si diventa criminali senza rimorsi*...Qui l'oggetto ha preso il posto dell'ideale dell'io. Tra lo stato amoroso e l'ipnosi non c'è una gran distanza [...] Nei confronti dell'ipnotizzatore si dimostra la stessa umiltà nella sottomissione, lo stesso abbandono e la stessa mancanza di senso critico che nei confronti della persona amata. Indubbiamente l'ipnotizzatore ha preso il posto dell'ideale dell'io.<sup>46</sup> I "rapporti amorosi", tuttavia, non sono necessariamente distruttivi.<sup>47</sup> Per spiegare alcuni comportamenti della folla, Freud fa riferimento ai bambini, che inizialmente hanno grandi sentimenti di gelosia nei confronti dei fratellini, ma di fronte all'amore che i genitori manifestano ugualmente per tutti i figli, finiscono con l'acquisire il "senso della comunità, che viene ulteriormente sviluppato a scuola"<sup>48</sup>. Questa trasformazione della gelosia in solidarietà si ritrova anche nelle giovani donne infatuate di un cantante, o di un pianista alla moda. Vista l'impossibilità in cui ciascuna si trova di avere tutto per sé l'oggetto d'amore, vi rinunciano tutte e, anziché accapigliarsi reciprocamente, esse agiscono come massa solidale e rivolgono i loro omaggi comuni all'idolo.<sup>49</sup>

Anche lo spirito di corpo, tipico dei militari, sarebbe una sublimazione della gelosia, e così, secondo Freud, la devozione religiosa, che rende tutti i devoti fratelli davanti a

---

<sup>44</sup> *Ivi*, p. 92.

<sup>45</sup> Sigmund FREUD, *Psicologia delle masse e analisi dell'io* (1921), in ID., *Psicoanalisi e società*, Newton Compton, Roma 1970, pp. 185-272, p. 200.

<sup>46</sup> *Ivi*, pp. 236-237.

<sup>47</sup> *Ivi*, p. 212.

<sup>48</sup> *Ivi*, p. 244.

<sup>49</sup> *Ivi*, p. 245.

Dio. In questi casi tutti i membri interni al gruppo si pongono sullo stesso piano e sono soggetti a regole comuni.<sup>50</sup> Si dà luogo alla distruttività, quando viene a mancare la figura ordinatrice del capo e, come nel caso del panico, «i legami libidici di gruppo sono spezzati»<sup>51</sup>, ma non nelle altre circostanze. Nell'ambito della produzione artistica, o culturale, Le Bon intende la creatività come un fatto rigorosamente individuale, da mettere in atto nella solitudine e nel raccoglimento. Al contrario per Freud l'anima collettiva si dimostra in grado di creare, come dimostrano il linguaggio, i canti popolari e il folklore.

Si tratta di sapere se e in che misura il pensatore o il poeta lavorino veramente in uno stato di isolamento, se davvero non debbano niente alla collettività, *o se non prendano da questa il materiale per le loro creazioni.*<sup>52</sup>

Come abbiamo visto, del resto, anche Le Bon non intende l'agire delle masse in forma sempre distruttiva: una rivoluzione nasce quando i vecchi valori muoiono e ne sorgono di nuovi, sentiti dalle masse. Le Bon cita spesso, ma in forma negativa, la Rivoluzione francese.



*La Liberté guidant le peuple*, Eugène Delacroix (1830)

<sup>50</sup> Per la verità ne *Il disagio della civiltà* del 1929 il discorso sembra diverso e forse più vicino a quello di Le Bon, però nel 1921 Freud si esprimeva in questi termini.

<sup>51</sup> FREUD, *Psicologia delle masse e analisi dell'Io*, cit, p. 217.

<sup>52</sup> *Ivi*, p. 202.

Volendo dare ed essa un riferimento costruttivo potremmo ricordare invece un famoso libro di P. Brooks, dedicato al melodramma in Francia. Qui si parla degli anni della Rivoluzione come permeati da un «prodigioso senso di sospensione»<sup>53</sup>, in quanto tutte le regole di vita stabilite da secoli erano andate in frantumi. Proprio in questo periodo fu compito del melodramma costituire le nuove espressioni di un'etica laica, destinate a riempire il vuoto. Il *Boulevard du Temple*, ribattezzato a quei tempi *Boulevard du Crime*, brulicava di teatrini melodrammatici, frequentatissimi sia dal popolo sia da intellettuali, come Honoré de Balzac, Abel e Victor Hugo. Essi per un verso sorridevano su questa sorta di brutto artistico<sup>54</sup>, peraltro ne fruivano, trovando in questi spettacoli non solo elementi di stile degni di essere ripresi, ma anche un nuovo spirito etico e sociale, intrinsecamente costruttivo. Come scrisse Charles Nodier qualche decennio dopo, «*Ce n'est pas peu de chose que le mélodrame! C'était la moralité de la révolution.*»<sup>55</sup> Analogamente le due figure di rilievo, poste nel noto quadro di Delacroix sulle giornate di Luglio, non si possono certo intendere come l'espressione distruttiva dei bassi istinti non più repressi, ravvisati da Le Bon. Parlo della splendida Marianne, «monumentale e impetuosa, abbastanza giovane per essere amante e abbastanza matura per essere madre». Non a caso è accompagnata da un bambino ed è così marcatamente corporea da esibire i peli di un'ascella, il seno e i piedi nudi.<sup>56</sup> Il senso epico che qui compare, pur nella furia della battaglia, non sembra confermare un'immagine distruttiva, o masochista, della folla. Marianne è sicuramente un capo, la folla è pronta a ogni sacrificio, ma aleggia in quest'opera una dimensione erotica e utopistica, forse più vicina a Freud che a Le Bon, benché il quadro sia del 1830.

---

<sup>53</sup> Peter BROOKS, *L'immaginazione melodrammatica* (1976), trad. it. D. Fink, Pratiche, Parma 1985, p. 262. La frase in questione è una citazione da M. Blanchot.

<sup>54</sup> ANONIMO, *Traité du Mélodrame* (1817), trad. it. P. Bocconi, *Trattato del melodramma*, Parma, Pratiche, 1985. Si tratta di un testo anonimo, attribuito ad Abel Hugo, fratello di Victor.

<sup>55</sup> Charles NODIER *Introduction*, in *Théâtre choisi de G. de Pixérécourt*, Tresse, Paris 1841, p. VIII.

<sup>56</sup> Italo CALVINO, *Un romanzo dentro un quadro*, in ID., *Collezione di sabbia*, Mondadori, Milano 2017, Ebook, p. 201.

#### 4. Walter Lippmann: Il governo della folla come “nobile menzogna” (1922)

*Public opinion* di Walter Lippmann uscì negli Stati Uniti nel 1922, fu tradotto in italiano dalle Edizioni di Comunità nel 1963 e fu poi ristampato quattro volte da Donzelli fra il 1999 e il 2018. L’ultima ristampa contiene un’introduzione di Nicola Tranfaglia. Qui il punto di vista si sposta sensibilmente rispetto ai testi precedenti. In Le Bon e in Freud abbiamo visto un’acuta analisi di certi comportamenti delle masse, così come si danno in tutta una serie di casi, in gruppi relativamente ridotti. Altro è tuttavia quando il comportamento delle masse diventa oggetto di una sorta di attenzione ingegneristica, finalizzata non a leggere ciò che accade spontaneamente, ma a ottenere un risultato ben definito sul piano mediatico. Le variabili che abbiamo preso in esame fino a qui ricompaiono, ma sono intenzionate in forma diversa.



*I want you for U.S. Army,*  
James Montgomery Flagg (1917)

È il caso del 1917 in America, quando «T. W. Wilson, eletto per tenere il paese fuori dalla guerra mondiale, lo portò in guerra»<sup>57</sup>, davanti a un contesto sociale decisamente riluttante. Si poneva in forma netta un problema ormai antico per il governo degli Stati Uniti, consistente in una spaccatura fra il vertice che decide e la base, definita come incapace di capire, della quale tuttavia chi governa deve tener conto, in termini “inevitabilmente” manipolativi. In questi termini risulta chiara la definizione di propaganda, data da Lippmann, che la intende come un «modificare l’immagine a cui reagiscono gli individui; *sostituire un modello sociale con un altro*»<sup>58</sup>. Abbiamo visto che anche Le Bon parla di modificazioni, però nel suo caso si tratta di una dinamica guidata dalla

storia. Qui invece abbiamo una ristretta *élite*, che agisce determinando lucidamente non tanto le opinioni, quanto i sentimenti profondi di una massa. Ai tempi dell’entrata in guerra, il giornalista Lippmann aveva ventotto anni, era sottosegretario alla guerra, faceva parte di un comitato, creato dal presidente Wilson e diretto da George Creel.

<sup>57</sup> Walter LIPPMANN, *L’opinione pubblica* (1922), trad. it. C. Mannucci, Donzelli, Roma 2018, p. 147.

<sup>58</sup> *Ivi*, p. 20.

Questo comitato diramò 6.000 veline e prese contatto con milioni di persone attraverso una nutrita serie di volontari che si erano resi disponibili per fare discorsi in pubblico, brevi, ma iterati in continuazione, seguendo la categoria di ripetizione, cara a Le Bon.<sup>59</sup> Nel suo testo troviamo che, secondo Napoleone, la ripetizione è la categoria fondamentale della retorica. Una proposizione diventa “vera”, quando la propaganda la ripete mille volte.

Fu un’idea del Comitato il famoso manifesto con lo zio Sam che dice *I want You for U. S. Army*. Un’altra idea consistette nel progettare una serie di filmati fortemente antigermanici prodotti da Hollywood, che riprendevano le bugie più infami diffuse in Europa sui soldati tedeschi<sup>60</sup>. Tutte queste attività ebbero successo: in pochi mesi una vera e propria isteria si diffuse in tutto il paese. In questo contesto, creato ad arte, spuntarono, un po’ dappertutto nel territorio nazionale organizzazioni patriottiche favorevoli alla guerra. Questo perché un impiego oculato dell’informazione aveva cambiato



...Sottoscrivete! / *Credito Italiano*,  
Achille Mauzan (1917)

in pochi mesi i termini di un ovvio antropologico, in base al quale lo Stato non avrebbe dovuto farsi carico di questioni internazionali, che tutto sommato non sembravano riguardarlo. Lippmann parla in questi casi di creazione di uno *pseudo-ambiente*<sup>61</sup>, che esce completamente dalla nozione illuminista di natura, mentre presenta analogie con le categorie di contagio e di ripetizione presenti in Le Bon.<sup>62</sup> Questo lavoro, empiricamente funzionale, richiedeva però uno sforzo teorico, per definire il senso di ciò che la *leadership* americana stava facendo.

<sup>59</sup> *Ivi*, p. 35.

<sup>60</sup> Possiamo farci un’idea del tenore di questi filmati da alcuni titoli come *Gli artigli dell’unno*, *Il delinquente prussiano*, *Il Kaiser*, *la belva di Berlino*. (cfr. *Introduzione* a BERNAYS, *Propaganda. Della manipolazione d’opinione pubblica in democrazia*, cit., p. 74).

<sup>61</sup> LIPPMANN, *L’opinione pubblica*, cit., pp. 13-20.

<sup>62</sup> LE BON, *Psicologia delle folle*, cit., p. 29. Per quanto riguarda il contagio e per quanto riguarda la ripetizione, cfr. *ivi*, p. 120.



*Pro-Demoman Propaganda Poster,  
TankTaur (2014)*

Questo è il tema a cui Lippmann dedica il suo libro, che è per molti versi sconcertante, ma ha il pregio di essere chiaro e ben radicato nell'empirico. Egli non descrive le perversioni accidentali della democrazia, ma ci dà un'immagine critica della democrazia stessa, con le conseguenze di equivoci, nati in tempi remoti, fin dall'epoca della Costituzione del 1787, sulla quale giustamente il nostro si sofferma, costruendo una sorta di *ιστορία*. Jefferson aveva presenti gli «incorrotti villaggi rurali» di Rousseau<sup>63</sup>, in cui la gestione della cosa pubblica era molto semplice e la corruzione morale della massa non era mai esistita. In coerenza con i suoi principii, egli disapprovava l'industria, il commercio estero, la marina e ogni forma di governo non centrato sul piccolo gruppo autogovernante. Si trattava di «vivere per sempre apaticamente e volgarmente sotto il riparo di un'egoistica e soddisfatta indifferenza»<sup>64</sup>. Acutamente Lippmann osserva che questo ideale non era in conflitto con la scienza politica del Settecento, ma era in conflitto con la realtà. Fornì però gli stereotipi attraverso cui gli americani di tutte le tendenze per molti decenni hanno visto la politica. Convinto repubblicano, Lippmann afferma che, per i democratici, tutti i contatti oltrepassanti il gruppo autosufficiente sono una minaccia alla democrazia. Per loro l'ambiente deve restringersi a ciò di cui ogni individuo ha una conoscenza certa e diretta. In questo senso, per Lippmann, la teoria dei democratici non ha mai potuto immaginarsi nel contesto di un ambiente vasto e imprevedibile. È il contesto che si creava tutte le volte in cui l'impetuoso sviluppo degli Stati Uniti imponeva di prendere decisioni poste su un piano ben diverso da quello della piccola comunità rurale.<sup>65</sup> Anche i problemi di governo interno, tuttavia, non erano comprensibili dai non specialisti. Ad esempio, il Dipartimento dell'agricoltura rappresentava negli organi nazionali dei fattori di cui il singolo agricoltore vedeva solo una parte infinitesima. L'Ufficio per i minori era il portavoce di interessi e funzioni che non sono normalmente

<sup>63</sup> LIPPMANN, *L'opinione pubblica*, cit., p. 198.

<sup>64</sup> *Ivi*, p. 199.

<sup>65</sup> *Ibidem*.

visibili all'elettore, il quale, pertanto, non può avere su questi argomenti opinioni fondate.<sup>66</sup> In conclusione, «il cittadino privato, assediato da appelli di parte che gli chiedono la sua opinione pubblica, si accorgerà ben presto che questi appelli non sono un complimento alla sua intelligenza, ma un abuso della sua buona fede e un insulto al suo senso critico.»<sup>67</sup> Ma gli elettori possiedono un senso critico? Lippmann argomenta un suo no molto deciso, dal sapore decisamente aristocratico e censuario, ma non del tutto privo di realismo. Si tratta di un realismo conservatore, impermeabile a qualsiasi ipotesi di cambiamento. Per Lippmann, parte rilevante del contesto in cui vive la popolazione subalterna è costituita da

case, che sono un concentrato di monotonia e bambini strillanti, cibo indigesto, aria stagnante e arredamento soffocante. Qui le menti vengono catturate e sballottate in una specie di tarantella, da titoli di stampa e parole d'ordine. In questo contesto, la massa di individui totalmente analfabeti, deboli di mente, nevrotici, denutriti e frustrati è molto più cospicua di quanto generalmente pensiamo.<sup>68</sup>

Su questo stesso tema, Le Bon trent'anni prima aveva preso un atteggiamento ben diverso e in fondo più illuminato, dichiarando che anche le persone più intelligenti e qualificate, una volta costituite come parte di una massa possono regredire, a prescindere dalle capacità personali, o dalla povertà dell'ambiente. L'opinione pubblica, in Lippmann è «una grossa mistura di follia, debolezza, pregiudizi, sentimenti giusti e sentimenti sbagliati»<sup>69</sup>. Essa va governata, ma non può in nessun modo partecipare realmente al governo, sia per incompetenza professionale, sia per immaturità intellettuale. A questo punto, il dibattito sull'aspetto reale dei problemi è trasferito al “governo invisibile”, mentre alle masse rimane un'esigenza di rassicurazione, a carattere assai più emotivo che razionale, che ci riporta ancora alla *teatralità*, infatti

La maggior parte delle impressioni che ci arrivano da un mondo non immediatamente percettibile nella nostra vita quotidiana “è una specie di *pantomima rappresentata come in un sogno*”.<sup>70</sup> Molti individui, partiti e nazioni sembrano trascendere solo di rado

---

<sup>66</sup> LIPPMANN, *L'opinione pubblica*, cit., p. 281.

<sup>67</sup> *Ivi*, p. 297.

<sup>68</sup> *Ivi*, pp. 56-57.

<sup>69</sup> *Ivi*, p.147.

<sup>70</sup> *Ivi*, p. 170.

*l'organizzazione magica* dell'esperienza e si pongono di fatto in uno stato di minorità.<sup>71</sup> Il segno distintivo del mito è che la verità e l'errore, la realtà e la favola, il documento e la fantasia stanno tutti sullo stesso piano di credibilità e questa è la nostra vita politica.<sup>72</sup> Con questi stimoli, il cittadino può essere indotto alla paura, o all'ammirazione, *ma al giudizio mai*.<sup>73</sup>

Già Le Bon diceva che i resoconti di guerra sono tutti inventati<sup>74</sup>. Lo stesso Lippmann che, in quanto sottosegretario alla guerra, non poteva non essere ben informato, ci racconta fatti sconcertanti avvenuti sul fronte francese.

Nel momento peggiore [della battaglia] di Verdun, il generale Joffre, [comandante in capo], e il suo Stato maggiore si riunirono per discutere sui sostantivi, gli aggettivi e i verbi da stampare nei giornali la mattina seguente.<sup>75</sup>

Tutto ciò non aveva nulla a che fare con gli aspetti “reali” della battaglia, che anzi non andavano presi in considerazione. Questi militari sapevano che anche l'opinione pubblica era un fronte ben preciso e non bisognava sottovalutarlo. Il risultato di questa attenzione fu che:

Il generale Joffre in Francia era come San Giorgio che sconfigge il drago: aveva sconfitto la barbarie tedesca. Tutti i fabbricanti del mondo ostili alla Germania gli mandarono i loro prodotti. Centinaia di ragazzine gli chiedevano appuntamenti segreti.<sup>76</sup>

Lippmann tuttavia non è scandalizzato, perché è convinto che si possa governare solo in questi termini.

*...Eppure i simboli non sono totalmente strumenti del demonio.* La necessità è spesso immaginata, il pericolo è fabbricato, ma quando servono risultati immediati, la manipolazione delle masse attraverso i simboli può essere il solo mezzo rapido per realizzare una cosa di importanza cruciale.<sup>77</sup>

Qui la teatralità melodrammatica svolge un ruolo essenziale, per mettere in atto quella che già Platone definiva come la *nobile menzogna*, tesa a creare l'unità fra i

---

<sup>71</sup> *Ivi*, p. 54.

<sup>72</sup> *Ivi*, p. 91.

<sup>73</sup> *Ivi*, p. 297.

<sup>74</sup> LE BON, *Psicologia delle folle*, cit., p. 44.

<sup>75</sup> LIPPMANN, *L'opinione pubblica*, cit., p. 27.

<sup>76</sup> *Ivi*, pp. 9-10.

<sup>77</sup> *Ivi*, p. 173.



membri della *πόλις*, attraverso narrazioni mitologiche, condivisibili per la loro generalità e la loro rilevanza emotiva, a prescindere dai problemi reali.<sup>78</sup>

Il pubblico deve *partecipare alla notizia come partecipa a teatro*, mediante l'identificazione personale. Proprio come tutti trattengono il respiro *mentre l'eroina è un pericolo...* così in forme più sottili il lettore entra nella notizia. Per potervi entrare deve trovare un appiglio familiare nella vicenda e questo gli viene fornito con l'uso di stereotipi [...]. Quanto più diviene emotivamente coinvolto, tanto più tenderà a infastidirsi non solo di un'opinione diversa, ma anche di una notiziola importuna.<sup>79</sup>

Non stupisce a questo punto che Lippmann, senza mezzi termini, dichiari: «qui il profeta è Le Bon»<sup>80</sup>. Egli tuttavia definisce in base a un suo metodo alcune variabili della manipolazione sociale. Anzitutto si tratta della creazione dello *pseudo-ambiente*, creato dalla pubblicità, di cui abbiamo già parlato. Abbiamo qui la chiara affermazione del fatto che l'ambiente non è legato alla natura, ma alla storia e alle scelte della classe dirigente, come si è già visto nel caso dell'organizzazione del consenso per la partecipazione degli Stati Uniti alla prima guerra mondiale. Successivamente, il nostro autore affronta il tema di quella che definisce come la *crystallizzazione*. Si tratta di un'attività posta agli antipodi della creazione dello pseudo ambiente, in quanto non modifica le opinioni dei diversi gruppi. Si tratta invece di trascinare le folle delle più diverse tendenze a dare il consenso ad un retore abbastanza bravo da saper cogliere le corde emotive più disparate, pur senza esprimere nessun progetto politico. L'esempio più significativo, citato dal nostro, è costituito dai quattordici punti del presidente Wilson, scritti alla fine della prima guerra mondiale, alla cui stesura lo stesso Lippmann aveva collaborato personalmente, in qualità di consigliere. Questo non gli impedisce tuttavia di essere molto critico sul documento elaborato. I quattordici punti erano numerati per farli sembrare un documento pratico. Miravano a richiamare l'attenzione del pubblico con lo spettacolo grandioso di un dibattito pubblico mondiale.

I primi cinque punti parlavano di libertà dei mari, parità commerciale... e contenevano le generalizzazioni a cui tutti professavano di credere. Il torto fatto alla Francia dalla Germania nel 1870 andava riparato, ma non si parlava di annessione. Le frasi di Wilson

---

<sup>78</sup> Vedi sopra, nota 2.

<sup>79</sup> LIPPMANN, *L'opinione pubblica*, cit., p. 262.

<sup>80</sup> *Ivi*, p. 147.

venivano intese in ogni angolo della terra in modi infinitamente diversi e non c'era alcun documento del negoziato che correggesse la confusione.<sup>81</sup>

Tuttavia, proprio questa assenza di una sintesi permise ai rappresentanti degli interessi più diversi di dare il proprio consenso a un testo che lasciava tutto in sospeso, senza proporre autentiche soluzioni. Questo consenso confuso permise però a Wilson di fare la sua politica al congresso di Versailles. Si tratta di uno stile di lavoro che Lippmann indica come molto praticato nelle campagne elettorali, dove non sempre raccogliere voti implica avere una linea politica.<sup>82</sup>

L'obiettivo è una concordanza superficiale e la divergenza è la realtà di fatto. *Il risultato nel rivolgersi al pubblico è l'oscurità.*<sup>83</sup>

Un ultimo elemento da tener presente è quello che Lippmann definisce come *la macchina*<sup>84</sup>. Egli non crede nell'anima delle folle, che per lui «costituisce un mistero superfluo»<sup>85</sup>. La struttura in cui è prosaicamente disposto a credere riguarda l'organizzazione gerarchica delle persone all'interno di ogni gruppo di potere, che permette loro di ricavare dei benefici. Un trionfo elettorale potrà espellere una macchina e sostituirla con un'altra, ma la macchina in quanto tale non scomparirà mai. In sostanza, benché pesantemente elitario e privo di slanci utopistici, Lippmann ha il pregio di descrivere le variabili in gioco in forma lucida e stimolante, senza retorica e senza mistificazioni. Egli fu allievo di W. James ad Harvard, dal quale probabilmente ereditò un robusto senso del pragmatismo, ma anche una rigida concezione aristocratica della vita sociale.<sup>86</sup> Non a caso il nome del filosofo americano compare una decina di volte nel libro di Lippmann di cui abbiamo parlato. Il passo sulle certezze di un droghiere in relazione alla politica estera è riferito dal nostro a un libro di W. Bagehot del 1879<sup>87</sup>, ma compare tale e quale nel saggio di James sulla percezione della realtà del 1890. Questo testo precede di cinque anni quello di Le Bon, ma le conclusioni sono analoghe, salvo che il nostro filosofo, come Lippmann, esclude

<sup>81</sup> *Ivi*, p. 158.

<sup>82</sup> *Ivi*, pp. 157-158, 160.

<sup>83</sup> *Ivi*, p. 151.

<sup>84</sup> LIPPMANN, *L'opinione pubblica*, cit., pp. 167, 169, 173, 226.

<sup>85</sup> *Ivi*, p. 169.

<sup>86</sup> Vedi sopra, nota 3.

<sup>87</sup> Walter BAGEHOT, *Literary Studies. On the Emotion of Conviction*, London 1879, v. III, p. 72, in LIPPMANN, *L'opinione pubblica*, cit., p. 263.

categoricamente l'esistenza dell'*égalité*. Non esiste la regressione come fenomeno dinamico, i subalterni sono “ontologicamente” tali e non faranno mai parte dell'élite. Essi sono tuttavia facilmente manipolabili con le tecniche teatrali che già conosciamo e anche James conosceva.

Un droghiere ha un credo completo quanto alla politica estera, una giovane donna ha una completa teoria sui sacramenti e nessuno dei due ha dei dubbi in proposito [...] tutto perché essi hanno concepito queste cose in qualche momento con passione [...] Tali sono specialmente quelle credenze che animano *folle di uomini* quando è in gioco qualche frenetico impulso all'azione [...] *Il fatto di credere a un certo oggetto* causerà l'accadere impetuoso di quell'azione <sup>88</sup>

## 5. Edward L. Bernays: il totalitarismo in America (1928)

La prima edizione americana di *Propaganda* di Edward L. Bernays è del 1928. Questo libro fu poi pubblicato in Italia nel 2008, dopo 80 anni, e al momento è il primo nella classifica dei Best Seller di IBS. Secondo la rivista *Life*, Bernays è annoverato fra i cento americani più influenti del 20° secolo, essendo stato uno dei fondatori della disciplina delle pubbliche relazioni in USA.<sup>89</sup> Ebbe soprattutto una grande capacità di fare e di incidere nel sociale.<sup>90</sup> Anche il nostro fece parte del *Creel Committee* nel 1916<sup>91</sup> e giunse a conclusioni analoghe a quelle di Lippmann sui limiti della democrazia americana. Egli scrive infatti, senza mistificazioni, che «siamo soggetti a una terribile dittatura»<sup>92</sup> e ancora afferma «La propaganda è l'organo esecutivo del governo invisibile»<sup>93</sup> però non si pone grossi problemi, in quanto «deplorare questo meccanismo significa volere una società che non è mai esistita»<sup>94</sup>. La manipolazione, messa in atto ai tempi della prima guerra mondiale, anche per Bernays rappresenta l'unico dispositivo possibile per governare. I pubblicitari costituiscono il “braccio secolare” dei detentori del potere e sono destinati a operare anche in tempo di pace.

---

<sup>88</sup> William JAMES, *La percezione della realtà* (1890), in William JAMES e Alfred SCHÜTZ, *Le realtà multiple e altri scritti*, a cura di I. Possenti, ETS, Pisa 2005, pp. 53-94, p. 79.

<sup>89</sup> BERNAYS, *Propaganda. Della manipolazione d'opinione pubblica in democrazia*, cit., p. 29.

<sup>90</sup> Va anche ricordato che era nipote di Freud e fu il curatore dell'edizione americana delle sue opere.

<sup>91</sup> BERNAYS, *Propaganda. Della manipolazione d'opinione pubblica in democrazia*, cit., p. 67.

<sup>92</sup> *Ivi*, p. 553.

<sup>93</sup> *Ivi*, p. 342.

<sup>94</sup> *Ivi*, p. 281.

Trotter, Le Bon, Lippmann e altri...sono riusciti a dimostrare che il gruppo non aveva le stesse caratteristiche psicologiche dell'individuo ed era motivato da impulsi e emozioni che le conoscenze sulla psicologia individuale non riuscivano a spiegare...*si potrebbero controllare le masse e mobilitarle a piacere, senza che esse se ne rendano conto.*<sup>95</sup>

Questo vale sia nell'ambito del controllo politico che in quello commerciale, dove i *leader*, invece di attaccare frontalmente le resistenze emotive dei compratori, cercano di eliminarle.<sup>96</sup> Una volta il propagandista lavorava in funzione della risposta psicologica meccanica. Creava lo stimolo che avrebbe scatenato la risposta dell'acquirente individuale. Se voglio vendere il *bacon*, secondo la vecchia strategia dovrò creare una campagna pubblicitaria fondata sul “mangiate bacon, costa poco e fa bene alla salute.” Oggi, invece, mi chiederò per prima cosa chi sono le persone che hanno un grande prestigio nell'influenzare le nostre abitudini alimentari: ovviamente si tratta dei medici.<sup>97</sup> Chiederò allora ai clinici di maggior prestigio di pronunciarsi pubblicamente sugli effetti salutari del *bacon*. Attraverso la ripetizione e l'appello individuale, il pubblicitario cerca di vincere o piegare le resistenze dei compratori. *L'appello lanciato attraverso i media* a cinquanta milioni di persone mira a ciascuno di loro in particolare.<sup>98</sup> Il segno lasciato da questa pubblicità risultò poi più profondo di quanto non si potesse immaginare: da allora infatti la colazione con uova e pancetta, non praticata in precedenza, divenne una consuetudine nazionale.<sup>99</sup> Analogo discorso vale per le variazioni nella moda femminile, ove i pubblicitari hanno indotto i sarti a cambiare registro rispetto ad alcune tradizionali consuetudini.

Gli arbitri francesi della moda hanno accorciato a tale punto le gonne che se solo vent'anni fa una newyorkese avesse indossato pubblicamente un simile abbigliamento, sarebbe stata subito arrestata e messa in galera.<sup>100</sup>

Un discorso analogo riguarda l'abitudine di fumare: nel 1922 una giovane venne arrestata a New York per aver acceso una sigaretta in strada. Questo non avverrà più dopo la manifestazione nota come “le fiaccole della libertà”, organizzata da Bernays nel 1929. A Broadway, durante la Pasqua, ogni anno si teneva una parata, seguita da

---

<sup>95</sup> BERNAYS, *Propaganda. Della manipolazione d'opinione pubblica in democrazia*, cit., p. 714.

<sup>96</sup> *Ivi*, p. 786.

<sup>97</sup> *Ivi*, p. 777.

<sup>98</sup> *Ivi*, p. 786.

<sup>99</sup> [it.wikipedia.org/wiki/Spin\\_doctor#Edward\\_Bernays](https://it.wikipedia.org/wiki/Spin_doctor#Edward_Bernays).

<sup>100</sup> BERNAYS, *Propaganda. Della manipolazione d'opinione pubblica in democrazia*, cit., p. 548.

migliaia di persone e da molti fotografi, inviati dai giornali. Bernays convinse dieci ricche attrici debuttanti a nascondere un pacchetto di sigarette sotto la gonna. Esse ne accesero una a un segnale convenuto e si misero nella posizione della statua della libertà con la sua fiaccola. Il facile simbolismo fallico messo in atto e il richiamo implicito a uno dei grandi simboli nazionali decretarono un grande successo per la manifestazione, che batté tutti i record di audience registrati in precedenza. Dal punto di vista commerciale si aprì il mercato femminile delle sigarette, raddoppiando i profitti dei venditori di tabacco. Ad un tempo tuttavia si modificò una certa parte dell'ovvio antropologico, riguardante i diritti e i doveri delle donne.<sup>101</sup> Particolarmente significativa la propaganda del sapone Ivory, che diede luogo a un celebre concorso dedicato alle sculture fatte col sapone, in cui la dimensione commerciale risulta difficilmente distinguibile da quella culturale e pubblica.<sup>102</sup>

Alla fine fu organizzato un concorso nazionale in un grande museo di New York. Alla prima sessione furono presentate 500 opere, ma al quarto anno si arrivò a 4.000 lavori.<sup>103</sup>

Qui erano in gioco anzitutto il prestigio del comitato organizzatore, poi lo snobismo, l'esibizionismo e la sollecitudine materna, ma soprattutto i profitti di una grande azienda, che incrementò in forma sensibile le vendite dei suoi saponi. In conclusione il colosso della società industriale sembra avere i piedi d'argilla, in quanto la vera posta in gioco in tutto l'apparato produttivo è intersoggettiva: «poco conta se siete onesti, o se i prezzi sono favorevoli. L'importante è avere l'appoggio dell'opinione pubblica, altrimenti si rischia l'insuccesso»<sup>104</sup>. Questo è il costante rovello di Bernays, che si compiace per aver ottenuto due esiti entrambi favorevoli alla sua politica. Anzitutto la pubblicità fece mutare l'atteggiamento delle persone, così come era accaduto in occasione della prima guerra mondiale. La gente, opportunamente manipolata, non era più ostile alla grande industria, né alle grandi concentrazioni di capitale, che

<sup>101</sup> *Ivi*, p. 75. Vedi anche [https://it.wikipedia.org/wiki/Edward\\_Bernays#Le\\_torce\\_della\\_libertà](https://it.wikipedia.org/wiki/Edward_Bernays#Le_torce_della_libertà).

<sup>102</sup> Un famoso scultore afferma che questo sapone è un eccellente materiale. La *Procter & Gamble* assegna un premio per le più belle sculture in sapone. Il concorso è organizzato con il patrocinio del prestigioso Centro artistico della città di New York. Il concorso è inizialmente fra scuole, poi fra i distretti scolastici e infine fra città. Gli scultori in erba si esercitano a casa e le mamme usano gli scarti del sapone per fare il bucato. Cfr. BERNAYS, *Propaganda. Della manipolazione d'opinione pubblica in democrazia*, cit., p 728.

<sup>103</sup> *Ivi*, p. 828.

<sup>104</sup> *Ivi*, p. 1030.

inizialmente creavano sconcerto nel pubblico. L'impresa stessa poi si era trasformata, dando continui contributi al servizio sociale. Era diventata cosa normale che un cementificio avesse a finanziare dei laboratori di verifica, allo scopo di migliorare la qualità delle strade. Analogamente, una compagnia del gas poteva scegliere di sovvenzionare una scuola di attività domestiche, accessibile gratuitamente a tutte le massaie.<sup>105</sup> Va anche considerato il legame commerciale fra trasporti, vendita delle valigie e dei vestiti da viaggio, che per il nostro è cosa da instaurare, mentre per noi questo costante suggerire al pubblico ogni forma di consumo può avere il sapore del delirio.<sup>106</sup> In questo modo, deliberatamente, la sfera pubblica e quella privata convergono nel creare quello che sarà chiamato "l'uomo a una dimensione", assistito in ogni forma dall'endiadi pubblico-privato, ma incapace di operare scelte autonome e critiche, vale a dire caratterizzato dalla «debolezza dell'io»<sup>107</sup>. Questa situazione, spiegata in fondo con onesta chiarezza da Bernays e da altri, fu oggetto, come è noto, di pesanti e fondate critiche, da parte dei membri della *scuola di Francoforte*, profughi in America fin dagli Anni Trenta, quindi ben consapevoli del contesto in cui si trovavano.

Il compito che lo schematismo kantiano aveva ancora assegnato ai soggetti, quello di riferire in anticipo la molteplicità sensibile ai concetti fondamentali, è levato al soggetto dall'industria [...]. Per il consumatore non c'è più nulla da classificare che non sia già stato anticipato nello schematismo della produzione.<sup>108</sup>

Anche Bernays, a dire il vero, non accetta la realtà così com'è e protesta contro un certo stato di cose, che trova eccessivamente statico.

Il cinema ha il potere di uniformare i pensieri e le abitudini di tutta la nazione. I film sottolineano e a volte esagerano le grandi tendenze popolari, invece di stimolare la nascita di nuovi modi di vedere e di pensare.<sup>109</sup>

Il politico che sapesse plasmare l'opinione dei suoi elettori secondo la propria visione dell'assistenza sociale potrebbe «scuotere il giogo degli stereotipi»<sup>110</sup>, ma spesso non lo

---

<sup>105</sup> *Ivi*, p. 1041.

<sup>106</sup> *Ivi*, p. 999.

<sup>107</sup> HORKHEIMER e ADORNO, *Lezioni di sociologia*, cit., p. 96.

<sup>108</sup> HORKHEIMER e ADORNO, *Dialettica dell'illuminismo*, cit., pp. 134-135.

<sup>109</sup> BERNAYS, *Propaganda. Della manipolazione d'opinione pubblica in democrazia*, cit., p. 206.

<sup>110</sup> *Ivi*, p. 1397.

fa, diventando alla fine «il docile servitore del corpo elettorale»<sup>111</sup> che non propone niente di significativo, oltre le vacuità della “cristallizzazione”. Se è vero che Bernays protesta, è anche vero che lo fa nell’ambito della propria *intentio*, parlando di una *psicologia sana, e un interesse individuale bene inteso*<sup>112</sup>, forse in nome di una nebulosa utopia, i cui contorni però sono deprecabilmente chiari. Egli ne parla citando ripetutamente Freud, ma nel migliore dei casi si tratta della psicoanalisi revisionista, in voga in quegli anni, se non addirittura del behaviorismo.

Secondo Freud, i nostri pensieri sono sostituiti compensatori dei desideri che abbiamo dovuto reprimere. Compriamo una certa cosa non perché sia utile, ma perché inconsciamente vi scorgiamo il simbolo di qualcos’altro che desideriamo, senza osare ammetterlo. L’automobile non serve per muoversi, ma è uno *status symbol*. Il propagandista deve scoprire queste motivazioni nascoste, senza accontentarsi delle spiegazioni che gli individui danno del loro comportamento.<sup>113</sup>

Qui Bernays si propone di cogliere nelle attività produttive quegli aspetti che «toccano la sensibilità collettiva»<sup>114</sup>, giungendo a «stimolare un terminale nervoso in un punto sensibile»<sup>115</sup>. Questo modo di intendere, più che a Freud, in realtà, fa pensare a Skinner, quando dice che un soggetto da condizionare, a seconda dei casi, può essere sensibile al cibo, oppure al suono di un campanellino<sup>116</sup>. Il condizionamento operante è sì efficace, ma non ha niente a che vedere con il progetto di liberazione che costituisce la psicoanalisi nelle sue forme migliori. Il nostro pubblicitario si limita a operare atomisticamente su alcune sensibilità e con finalità molto circoscritte al consumo delle merci. Proprio questo uso improprio delle categorie psicoanalitiche è oggetto della critica dei francofortesi, perché i risultati profondi di questo metodo ci sono, ma non sono quelli auspicabili.

*Personality* non significa altro, per loro, che denti bianchi, libertà dal sudore e dalle emozioni.<sup>117</sup> [...] Il nevrotico beneficato, [...] per amore dello psicoanalista, deve prender gusto ai film di quart’ordine, ai pranzi cari, ma cattivi, al French Restaurant e a un *sex*

---

<sup>111</sup> *Ivi*, p. 1258.

<sup>112</sup> *Ivi*, p. 858.

<sup>113</sup> *Ivi*, p. 766.

<sup>114</sup> *Ivi*, p. 927.

<sup>115</sup> *Ivi*, p. 443.

<sup>116</sup> Richard I. EVANS, Burrhus F. SKINNER, *L’uomo e le sue idee*, trad. it. Erminiella Mainardi Peron, Nuova Italia, Firenze 1974, p. 11.

<sup>117</sup> HORKHEIMER e ADORNO, *Dialettica dell’illuminismo*, cit., p. 180.

sapientemente dosato...<sup>118</sup> La psicoanalisi revoca la personalità come menzogna vitale...l'individuo opera la rinuncia ai propri impulsi e si adatta al principio di realtà.<sup>119</sup>  
[...] *La guarigione spezza ciò che libera.*<sup>120</sup>

Quanto alla realizzazione dei desideri, promessa dalla società dei consumi e sbandierata da Bernays, Horkheimer e Adorno sono molto chiari:

L'industria culturale non sublima, *ma reprime e soffoca*. Esprimendo sempre di nuovo l'oggetto del desiderio (il seno nello *sweater*, e il busto nudo dell'eroe sportivo) non fa che *eccitare il piacere preliminare* non sublimato e che, per l'abitudine della privazione, è diventato da tempo puramente masochistico. Non c'è situazione erotica che non unisca all'allusione e all'eccitamento la precisa avvertenza *che non si deve mai arrivare fino a questo punto.*<sup>121</sup>

Qui potremmo ricordare, con Packard, l'antinomia, ben nota ai pubblicitari degli anni cinquanta, fra le automobili chiuse, simbolo della seriosità familiare, e quelle decappottabili, simbolo di avventure romantiche. Queste avventure erano precluse agli acquirenti ormai un po' attempati, ma permanevano nelle loro fantasie. L'industria diede luogo a un brillante compromesso, inventando un'automobile chiusa, ma con la forma di una decappottabile, che in certo senso conciliava il dovere con i sogni. Chiaramente questo prodotto aumentò i profitti di alcune industrie automobilistiche, giocando sui desideri nel senso di Bernays, ma non diede nulla agli acquirenti, cui rimasero le fantasie frustrate di sempre, forse circoscritte nell'ambito del «piacere preliminare», di cui abbiamo parlato, citando Horkheimer e Adorno.<sup>122</sup> La facilità con cui si poteva manipolare l'opinione pubblica portò Bernays a usare con successo i soliti dispositivi per appoggiare un colpo di stato in Guatemala nel 1954, allo scopo di favorire i profitti di una grande società agroalimentare americana. Il problema in oggetto non era relativo agli interessi dei guatemaltechi, che erano in ogni caso fuori gioco. Bisognava invece presentare in forma credibile un atto di violenza all'opinione pubblica degli Stati Uniti, che altrimenti avrebbe potuto mettere in atto reazioni non gradite al governo. Un gruppo di influenti giornalisti americani fu allora invitato in

<sup>118</sup> Theodor W. ADORNO, *Minima moralia, meditazioni della vita offesa* (1951), trad. it. Renato Solmi, Einaudi, Torino 1994, pp. 63-64.

<sup>119</sup> *Ivi*, p. 65.

<sup>120</sup> *Ivi*, p. 62.

<sup>121</sup> HORKHEIMER e ADORNO, *Dialettica dell'illuminismo*, cit., p. 151.

<sup>122</sup> Vance PACKARD, *I persuasori occulti* (1957), trad. it. C. Fruttero, Einaudi, Torino 1989, p. 83.



Guatemala prima che i militari prendessero il potere. I giornalisti furono addottrinati da autorità locali opportunamente scelte e al ritorno scrissero sui loro prestigiosi giornali degli articoli convincenti su ciò che stava per accadere. Se la premessa consiste nel dire che un governo, fondato sulla “nobile menzogna”, è l’unico possibile, allora tutto questo ha una logica. Come abbiamo già accennato, la radice di questo modo di intendere risale non solo a Lippmann, ma anche a James.

## 6. Conclusione

Abbiamo preso in esame tre autori che, in forma diversa ebbero una loro rilevanza storica. Le Bon fu il fondatore della psicologia della folla ed ebbe il pregio non trascurabile di rilevare l’importanza in questo ambito della dimensione arcaica. Questa infatti sopravvive senza modificazioni anche quando degli intellettuali si trovano a far parte di una massa. Gli altri due scrittori partono dalle constatazioni di cui sopra, ma con lo scopo di usarle attivamente per dirigere le folle, senza limitarsi a contemplarle nel loro spontaneo operato. La loro azione è in entrambi i casi manipolativa, anche se i campi sono diversi, perché Lippmann si occupa dei consensi da ricavare per la politica internazionale, mentre Bernays è interessato essenzialmente agli aspetti commerciali del discorso. Tutti e tre questi autori danno per sottintesa una concezione pessimistica del loro oggetto di studio che gli americani trovavano confermata in alcuni passi della filosofia di W. James. Al contrario Freud, scrivendo alcune incisive glosse a Le Bon, ribalta il senso di tutto il ragionamento, dichiarando gli aspetti positivi della vita sociale, in cui opera sì la dimensione profonda, ma non necessariamente in forma distruttiva. Può essere il caso, a questo punto, di interrogarci sul senso che queste teorizzazioni hanno per noi, a distanza di vari decenni. Potrebbe trattarsi di dispositivi obsoleti, ma lo storico P. Goubert ci rammenta che «le civiltà sono di rado mortali» e così anche le forme classiche della manipolazione minacciano di sopravvivere ancora a lungo. Fin dalle origini i nostri autori prestavano il fianco a qualche critica. Già lo stesso Bernays ammetteva che nel lavoro dei pubblicitari «c’è un significativo margine di errore»<sup>123</sup>, riconoscendo così una certa autonomia a quello stesso pubblico che egli riteneva come totalmente passivo. Già ai tempi del presidente Franklin D. Roosevelt, il lavoro di George Gallup e Elmor Roper si fondava sul mettere in atto delle indagini motivazionali, che, in certa misura, si rivolgevano al buon senso delle singole persone.

---

<sup>123</sup> BERNAYS, *Propaganda. Della manipolazione d’opinione pubblica in democrazia*, cit., p. 727.

Questo riscattava la popolazione almeno dalla dimensione ipnotica del gruppo, dichiarata da Le Bon, se non dalla cretineria endemica, proclamata da Lippmann e da James. Autori più recenti, come M. De Certeau (*Le tattiche dei consumatori* e *La presa della parola*), S. Hall (*Decoding*) e altri hanno aperto nuove prospettive, indicando per l'opinione pubblica dei margini di attività non trascurabili. Ricordiamo anche Appadurai, il quale osserva che «secondo la scuola di Francoforte il mondo era una sorta di gabbia di acciaio», in cui tutto era programmato e non c'era più spazio per l'immaginazione, o per l'intelletto.<sup>124</sup> Al contrario nel 1996 egli parla del modo attivo in cui la gente di tutto il mondo si appropria dei mezzi di comunicazione e afferma che «La teoria dei media come oppio dei popoli deve essere giudicata con estremo scetticismo.»<sup>125</sup> Oggi possiamo aggiungere che la presenza di gruppi integralisti, o comunque dotati di identità etniche molto forti, rende sempre più difficile la *crystallizzazione*. Lo sviluppo della rete informatica, peraltro, non va sempre a favore della manipolazione, come sappiamo da *Wikileaks*, o dalle intercettazioni telefoniche, che diedero luogo a condanne penali, svelando reati altrimenti non visibili, commessi da “padroni del vapore” o da grandi apparati. Negli ultimi anni però l'orizzonte si è ulteriormente modificato, come ci attestano sconcertanti risultati elettorali in America e in Europa, che ci riportano ancora una volta al ritorno di un irrazionale arcaico, sapientemente governato.<sup>126</sup> Lo stesso Appadurai, sempre nel 1996, si trovò a contraddire le precedenti affermazioni, descrivendo minutamente i bruschi cambiamenti avvenuti nell'opinione pubblica, quando nacquero all'improvviso le *pulizie etniche* nella ex Jugoslavia, in Rwanda e in altri luoghi.<sup>127</sup> Questi processi di manipolazione, commissionati dai governi e messi in atto dai media, non rappresentano tuttavia una novità: hanno un'origine remota, che risale, quanto meno, alla prima guerra mondiale e al *Creel Committee* di cui si è già parlato. In sostanza, oggi *l'universo di discorso virtualmente non parrebbe più chiuso* come ai tempi di Marcuse e anche di Adorno, di cui abbiamo parlato nelle pagine precedenti. Le vecchie tecniche

---

<sup>124</sup> Arjun APPADURAI, *Modernità in polvere* (1996), trad. it. P. Vereni, Meltemi, Roma 2006, p. 20.

<sup>125</sup> *Ivi*, p. 21.

<sup>126</sup> Vari sogni melodrammaticamente messianici fanno parte di quella dimensione arcaica che non sembra destinata a morire in breve tempo. Su questo tema cfr. Lynda DE MATTEO, *L'idiota in politica, antropologia della Lega Nord*, Feltrinelli, Milano 2011.

<sup>127</sup> APPADURAI, *Modernità in polvere*, cit.. I termini *implosione* (pp. 24, 109, 191), *identità di larga scala* (p. 201), *cascade* (pp. 193, 194) ci riportano in sostanza ai temi del *Creel Committee*, benché Appadurai non lo nomini.

di manipolazione tuttavia sopravvivono e agiscono, continuando ad ottenere risultati di grande rilievo, in quanto l'arcaico su cui si fondano non è mai destinato a morire. Per questo meritano di essere prese in esame fin dalle loro origini, quando il «calcolo dell'effetto»<sup>128</sup> si manifestava con trasparente chiarezza. Questo ci permette di capire il senso di varie situazioni contemporanee e il comportamento di popoli interi. Infatti precisi stimoli ben programmati, messi in atto in vari contesti, hanno cambiato in breve tempo il modo di sentire e di agire delle masse, aprendo l'orizzonte inquieto del mondo in cui viviamo.

### Nota bibliografica

Theodor W. ADORNO, *Minima moralia, meditazioni della vita offesa* (1951), trad. it. Renato Solmi, Einaudi, Torino 1994.

Arjun APPADURAI, *Modernità in polvere* (1996), trad. it. P. Vereni, Meltemi, Roma 2006.

Arjun APPADURAI, *Sicuri da morire, la violenza nell'epoca della globalizzazione*, a cura di Piero Vereni, Meltemi, Roma 2005.

Edward BERNAYS, *Propaganda. Della manipolazione d'opinione pubblica in democrazia* (1928), trad. it. A. Zuliani, Fausto Lupetti, Bologna 2018, Ebook.

Edward BERNAYS, *Crystallizing Public Opinion*, Liveright Publishing Corporation, New York 1923.

Peter BROOKS, *L'immaginazione melodrammatica* (1976), trad. it. D. Fink, Pratiche, Parma 1985.

Italo CALVINO, *Un romanzo dentro un quadro*, in ID., *Collezione di sabbia*, Mondadori, Milano 2017, Ebook.

Michel DE CERTEAU, *L'invenzione del quotidiano* (1980), trad. it. M. Baccianini, Edizioni Lavoro, Roma 2005.

---

<sup>128</sup> HORKHEIMER-ADORNO *Dialettica* cit p. 8.

- Michel DE CERTEAU, *La presa della parola e altri scritti politici* (1994), trad. it. R. Capovin, Meltemi, Roma 2007.
- Richard I. EVANS e Burrhus F. SKINNER, *L'uomo e le sue idee*, trad. it. Erminiolda Mainardi Peron, Nuova Italia, Firenze 1974.
- Sigmund FREUD, *Psicologia delle masse e analisi dell'Io* (1921), in ID., *Psicoanalisi e società*, Newton Compton, Roma 1970, pp. 185-272.
- Stuart HALL, *Codificazione/decodificazione* (1980), in Giovanni LEGHISSA (a cura di), *Politiche del quotidiano, culture, identità, senso comune*, il Saggiatore, Milano 2006, pp. 43-56.
- Max HORKHEIMER e Theodor W. ADORNO, *Dialettica dell'illuminismo* (1944), trad. it. L. Vinci, Einaudi, Torino 1966.
- Max HORKHEIMER e Theodor W. ADORNO, *Lezioni di sociologia* (1956), trad. it. A. Mazzone, Einaudi, Torino 1966.
- Gustave LE BON, *Psicologia delle folle* (1895), trad. it. A. Fabietti, Monanni, Milano 1927.
- William JAMES, *La percezione della realtà* (1890), in William JAMES e Alfred SCHÜTZ, *Le realtà multiple e altri scritti*, a cura di I. Possenti, ETS, Pisa 2005, pp. 53-94.
- Ernesto LACLAU e Chantal MOUFFE, *Egemonia e strategia socialista: verso una politica democratica radicale* (1985), trad. it. M. Cacciatore, M. Filippini, il melangolo, Genova 2011.
- Walter LIPPMANN, *L'opinione pubblica* (1922), trad. it. C. Mannucci, Donzelli, Roma 2018.
- Walter LIPPMANN, *La giusta società* (1936), trad. it. G. Cosmelli, Einaudi, Roma 1945.
- Herbert MARCUSE, *L'uomo a una dimensione. L'ideologia della società industriale avanzata* (1964), trad. it. L. Gallino, T. Giani Gallino, Einaudi, Torino 1967.
- B. MAZZON, *Mussolini come emblema nella concezione del leader nella psicologia delle masse*, Milano 2017.

- Charles NODIER *Introduction, in Théâtre choisi de G. de Pixérécourt*, Tresse, Paris 1841.
- Vance PACKARD, *I persuasori occulti* (1957), trad. it. C. Fruttero, Einaudi, Torino 1989.
- Wilhelm REICH, *Psicologia di massa del fascismo* (1933), trad. it. F. Belfiore e A. Wolf, Sugar, Milano 1970.
- Gabriele SCARAMUZZA, *Derive del melodrammatico*, CUEM, Milano 2004.
- ANONIMO, *Traité du Mélodrame* (1817), trad. it. P. Bocconi, *Trattato del melodramma*, Parma, Pratiche, 1985.
- Gianni TRIMARCHI, *Alle origini della televisione: il melodramma e la formazione dello spettatore distratto*, in “Materiali di Estetica”, CUEM, Milano 2002, pp.169-187.
- Gianni TRIMARCHI, *La logica del pensiero quotidiano. Riflessioni sulle “realtà multiple” di Alfred Schütz*, in “InCircolo”, n. 2, dicembre 2016, pp. 1-18.
- Marco VECCHIA, *Hapù, manuale di tecnica della comunicazione pubblicitaria*, Lupetti, Milano 2003.