

Roberto Race, Monografico

**Saggio storico-economico** Roberto Race spiega come l'imperatore inventò lo «sfruttamento dell'immagine»

# Napoleone meglio di McLuhan

## Dai dipinti che lo raffiguravano in pose plastiche alla ricerca del consenso di ampi strati sociali

di Antonio Angeli

Ma Napoleone Bonaparte avrà veramente valicato le Alpi avvolto da un mantello rosso gonfiato dal vento, sulla groppa di un poderoso cavallo bianco, indicando con gesto plastico ed elegante la direzione da prendere ai suoi soldati, al suo Paese e, infine, al mondo? Macché: quel viaggio il Bonaparte lo fece sulla groppa di un mulo. L'immagine romantica l'ha inventata, di sana pianta, il padre del Neoclassicismo in pittura: Jacques-Louis David, con la complicità dello stesso Napoleone, che pretese il «destriero focoso». Di questo stesso dipinto furono poi realizzate ben cinque versioni. Insomma un falso, una bufala o, se preferiamo: pura propaganda o «strategia dell'immagine».

C'è un filo rosso che attraversa tutta l'epopea di Napoleone, dalla spedizione italiana alla missione in Egitto, fino ai trionfi di Ulmo Austerlitz, alle successive disfatte e al doppio esilio. È la sua straordinaria, modernissima, visionaria, profetica capacità di comunicare. Insomma Napoleone macellaio d'Europa, generale, statista, imperatore, ma anche precursore del moderno concetto di «comunicazione». Napoleone meglio di Marshall McLuhan. Su Napoleone «imperatore dei media» è in libreria in questi giorni un acutissimo saggio. Roberto Race propone «Napoleone il comunicatore. Passare alla storia e non solo con le armi», edito da Egea, 144 pagine, 16 euro.

«Napoleone è il primo uomo di stato a concepire l'opinione pubblica nei termini in cui la si tratterà nei decenni e nei secoli successivi. Bonaparte non si limita a tastare gli umori della borghesia o del popolo, come pure facevano i sovrani del passato, li soppesa e ne tiene conto, nella consapevolezza che la genesi moderna del suo potere è collegata al consenso di ampi strati sociali», scrive Race. Ecco la genialità di Napoleone. Capisce il valore del «consenso». Della comunicazione Napoleone ha un concetto utilitaristico e, in certi casi, militare. «Per Napoleone comunicare è una modalità di azione che consente di anticipare le mosse dell'avversario e sbaragliarne gli schieramenti. E altresì uno strumento di rappresentazione, con il quale si inscena un summit come si commissiona un quadro, il cui scopo ultimo è di rafforzare l'immagine vincente conquistata sui campi di battaglia e nell'azione riformatrice interna ed esterna ai confini della Francia». Napoleone ha inventato l'opinione pubblica così come siamo abi-

**Pioniere** Riusci ad anticipare le tendenze moderne

**Per lui l'opinione pubblica era al centro dell'attenzione**



### La copertina

Di Roberto Race

«Napoleone il comunicatore». Passare alla storia non solo con le armi», prefazione di Luigi Mascilli Migliorini, postfazione di Mario Rodriguez, Egea editore, 16 euro, 144 pagine. Un saggio nel quale l'autore racconta Napoleone come guru della comunicazione



### Questione di immagine

Marshall McLuhan, il sociologo che ha definito la comunicazione come una scienza; in alto «Napoleone attraverso le Alpi» di Jacques-Louis David

tuati intenderla oggi. Ha utilizzato per la prima volta il merchandising, ha saputo promuovere la sua immagine mentre guidava la Grande Armée alla conquista di mezza Europa. Ma di più: Napoleone è il primo a capire, in un universo ancora senza media, che quello che realmente conta non è quello «che accade», ma quello «che si sa». Una sconfitta, se ben trattata da un punto di vista propagandistico, può risultare vantaggiosa quanto a più di una vittoria. Tutto lavoro per gli «uffici stampa». Ma di uffici stampa, ovviamente, Napoleone non ne aveva. Nasceva tutto dalla sua genialità.

«Sin dalle prime battute la capacità di comunicare era apparsa virtuosistica di un ventisettenne generale che annunciava in sé, visibilmente, le incertezze di un eroe di Stendahl e le arroganze di un personaggio di Balzac»: questa la

### L'intuizione Fu il primo

a capire che ciò che conta non è quello che accade ma ciò che si viene a sapere

andando a rotoli con tutto il Paese e c'era un «sentire» popolare di disfatta, di disperazione di situazione senza via d'uscita. Napoleone in realtà non riuscì a migliorare radicalmente le condizioni del suo Paese, ma mise se stesso e la Francia su un piedistallo, ottenendo dai suoi soldati e dal suo popolo il meglio. E questo fece la differenza perché, non dimentichiamolo, è dalla Francia di Napoleone che nasce il «mondo moderno».

Roberto Race è giornalista e consulente in comunicazione e public affairs. È segretario generale della Fondazione Valenzi, l'istituzione internazionale attiva nella cultura e nel sociale dedicata all'ex sindaco di Napoli. Nel suo volume Race spiega modalità ed eventi che segnano l'ennesimo primato del generale Bonaparte, meno conosciuto dei tanti conquistati nelle battaglie condotte per mezza Europa. In ogni caso, avverte l'autore, Napoleone ha potuto vincere anche da grande comunicatore «perché quella che raccontava non era una favola qualsiasi», «qualsiasi campagna di marketing, senza contenuti adeguati, non regge alla distanza, tanto più al peso della storia».

L'autore, con un'iperbole logico-temporale, esplora gli eventi e propone una «riflessione di natura storica fortemente legata al presente che permette di focalizzare l'attenzione sull'agire comunicativo consapevole e finalistico degli attori politici, sull'uso consapevole della comunicazione», spiega Mario Rodriguez nella postfazione. Race pone un paragone fondamentale: tra Napoleone e «Ike» Eisenhower. Tutti e due generali, tutti e due governanti dei loro rispettivi Paesi. Ma la notorietà del secondo non ha superato il mezzo secolo. Questione di «comunicazione». Non solo quello che si fa è importante, ma soprattutto come si fa capire ai propri concittadini. Al suo volume Race mette in appendice una «cronologia» che permette, punto dopo punto, di individuare tutti i coup de théâtre messi in scena dal Bonaparte.