

La Contro – Rivoluzione in azione

Seminario di formazione 2010

Fraternità Cattolica

per l'azione civico culturale



Seminario di formazione 2010

La contro-rivoluzione in azione

In un percorso ormai quinquennale, il Seminario di Fraternità Cattolica ha esaminato le tappe storiche principali, dalle più remote alle più attuali, del processo rivoluzionario in atto da cinque secoli nella cultura e nella società occidentale, con l'unico obiettivo di cancellare l'ordine naturale inscritto nelle cose e nell'uomo al fine di costruire "un mondo e un uomo nuovi" (*Alle radici della nostra crisi*, 2006*).

Ha descritto il processo rivoluzionario che attaccò in particolar modo il Regno delle Due Sicilie, dai circoli illuministici del 1799 fino alla tragica conclusione del 1861 (*Le Due Sicilie tra Rivoluzione e Contro-Rivoluzione*, 2007).

Ha indicato le caratteristiche dell'attuale fase della Rivoluzione, con la sua "pedagogia della dissoluzione" che sta producendo effetti profondi che conducono al pensiero debole, all'evanescenza dei rapporti interpersonali, alla sovrapposizione tra vita virtuale e reale (*La Rivoluzione dopo il marxismo*, 2008).

Ha poi affrontato il grande tema della Contro-Rivoluzione attraverso il pensiero di alcune delle figure più eminenti degli ultimi tre secoli che ne hanno definito le caratteristiche: essa «non è una rivoluzione di senso contrario ma il contrario della Rivoluzione» e «non è una semplice retrospettiva dei danni causati dalla Rivoluzione nel passato, ma uno sforzo per sbarrarle la strada nel presente» (*La Contro-Rivoluzione*, 2009).

Nel 2010, il Seminario è stato dedicato all'Azione Contro-rivoluzionaria.

Chi è il contro-rivoluzionario, come combatte, quali armi deve usare per opporsi e contrastare l'intossicazione che corrode dall'interno la cultura e la società, quali sono le tecniche che l'avversario utilizza e che il contro-rivoluzionario deve conoscere per difendersi e per contrattaccare. Qual è, infine, l'abito mentale e spirituale che il contro-rivoluzionario deve indossare per combattere la *battaglia delle idee*, la sua *buona battaglia*.

Come combatte il contro-rivoluzionario	pag. 5
La battaglia delle idee: animazione e propaganda	pag. 9
Militanza contro-rivoluzionaria e nuovi mass-media	pag. 15
Il militante nella "civiltà dell'immagine"	pag. 21
L'aggressione mediatico-culturale e la tenuta psicologica	pag. 27
Plinio Corrêa de Oliveira, la militanza modello TFP	pag. 31

* I testi dei Seminari tenuti da 2006 al 2009 sono disponibili sul sito dell'Editoriale Il Giglio (www.editorialeilgiglio.it) alla pagina del download e possono essere richiesti in fascicoli rilegati all'indirizzo email info@editorialeilgiglio.it.

Come combatte il contro-rivoluzionario

1

di Guido Vignelli

L'azione controrivoluzionaria

Se nel precedente seminario abbiamo individuato le caratteristiche fondamentali della *Contro-Rivoluzione* (d'ora in poi abbreviata in CR), ora cerchiamo d'individuare i fattori, i campi di azione alcune direttive principali. Li esporremo sinteticamente in forma di tesi.

Fattori

L'uomo come fattore primario della CR e quindi suo oggetto principale. Fare la CR significa innanzitutto formare contro-rivoluzionari. Scoprire, coltivare e sfruttare (ma sempre rispettandole) le sane inclinazioni e capacità degli uomini, indirizzandole al fine contro-rivoluzionario. Puntare quindi sulla riforma individuale prima e piuttosto che su quella sociale. L'apostolato individuale e familiare deve prevalere su quello sociale. Errore del privilegiare i fattori sociali, strutturali o istituzionali a danno di quelli personali (sociologismo).

Tuttavia la CR efficace e duratura può essere solo quella associativa. Inutilità dei pretesi "cavalieri erranti" della CR.

Altri fattori della CR sono le idee, i sentimenti, le parole, i gesti, gli stili, gli ambienti, le forze, i mezzi. Importanza speciale dei mezzi d'informazione, comunicazione e persuasione, a cominciare dalla buona stampa.

Dar peso ai mezzi economici associativi: il trascurarli ha portato molte associazioni al fallimento o alla ricattabilità.

Adeguare i mezzi usati al fine voluto, usando solo mezzi utili e onesti e sottomettendoli al fine contro-rivoluzionario. Evitare ogni forma di machiavellismo (il fine *non* giustifica i mezzi).

Puntare sulla qualità più che sulla quantità, sulla regolarità più che sulla estemporaneità, sulle idee più che sulle forze, sulle convinzioni più che sui sentimenti, sull'esempio più che sulle parole.

Mantenere l'unità dottrinale, l'armonia spirituale, la coesione associativa, l'ordine gerarchico.

Campi di azione

Gl'individui

Le famiglie

I luoghi di studio e di lavoro

L'opinione pubblica

Le élites e i gruppi di pressione

Le istituzioni civili

Gli ambienti ecclesiastici

Direttive

Pensare universalmente e progettare in grande.

Sottomettere ogni azione o progetto alla *visione dottrinale* della realtà: "agere sequitur esse", dunque niente "primato della prassi" o "della pastorale".

Ricondurre i problemi alla loro *radice teologica* e soprannaturale.

Fare il *panorama* della situazione, nel modo più completo e realistico possibile, evitando di attenuarne la gravità, seppure nell'illusione di addolcirne l'impressione o le conseguenze. Un'analisi attenuata della crisi ne prolunga la durata e ne ritarda la soluzione.

Fare la *diagnosi* del morbo rivoluzionario. Dall'esattezza della diagnosi dipende l'efficacia della terapia. Cominciare col fare l'anamnesi del morbo, ossia rievocarne la storia (il processo) individuandone le cause, seppure lontane. Rievocare anche le "occasioni perdute", ossia i momenti in cui si sarebbe potuto vincere il morbo, analizzando i motivi delle mancate guarigioni.

Fraternità Cattolica

Presentare *il negativo sempre alla luce del positivo*, descrivendo l'errore e il male solo nella misura in cui se ne favorisce la sconfitta. Non approfondire la diagnosi del male – o peggio dei suoi agenti tenebrosi – senza parallelamente alimentare la fede nel bene e la fiducia nella sua vittoria.

Delineare la *terapia* del morbo rivoluzionario, indicando i modi e i mezzi per sconfiggerlo. Affrontare la Rivoluzione sul suo stesso campo e usando i suoi stessi mezzi e metodi (se leciti e opportuni); ma non illudersi che mezzi e metodi teoricamente neutri lo siano anche praticamente.

Attenersi al metodo della *intransigenza*: ossia un atteggiamento spirituale, una mentalità e un comportamento integrali che esprimono un pieno amore per la Verità cattolica totale, una piena avversione per la Rivoluzione, un desiderio di non cederle in nulla e in nessun modo, una piena volontà di sconfiggerla ad ogni costo senza risparmiare alcuno sforzo. "*Bonum ex integra causa, malum ex quocumque defectu*" (S. Dionigi Areopagita)

Evitare quindi di difendere una verità, un bene o una causa all'inaccettabile prezzo di sminuire o danneggiare le altre: nessuna di loro può essere difesa a danno delle altre, anzi tutte si sorreggono a vicenda.

Tuttavia è lecito ed anzi necessario dare la precedenza a verità o beni cause che, per la loro importanza o urgenza, debbono essere difese prima e più delle altre. Bisogna quindi farne una gerarchia scegliendo quelle da privilegiare.

Dire solo il vero, compatibilmente con l'esercizio della prudenza (soprannaturale), ossia dicendolo non sempre né tutto, ma quello opportuno nella concreta situazione. Evitare tuttavia di trasferire la prudenza dal campo pratico a quello teorico, alterando o nascondendo la verità. Ricordarsi che Dio concede grazie speciali alla professione integrale della verità.

Usare un *linguaggio comprensibile* all'interlocutore e ad esso adeguato. Evitare atteggiamenti da saccente o da predicatore o da intellettuale.

Evitare il più possibile di avallare idee, parole, massime, persone e ambienti strumentalizzati dal nemico. In particolare, *purificare il linguaggio* adoperato, restituendogli il vero significato e valore. Evitare parole o frasi equivoche o compromettenti, soprattutto se favoriscono il nemico (ad es. "umanesimo", "laicità"); rinunciare a una fraseologia seducente ma vana o scivolosa; confutare le massime e le parole d'ordine del nemico.

Combattere la Rivoluzione non quale fu o sarà o ci piacerebbe che fosse, ma qual è oggi realmente e concretamente.

Suscitare non solo idee vere ma anche volontà buone e sentimenti sani. Far sì che alla ortodossia dell'intelligenza corrisponda una parallela ortodossia della volontà e dei sentimenti e quindi dell'azione (ortoprassi). Evitare la pericolosa distinzione tra "tesi" e "ipotesi", specie se conduce a relegare la "tesi" in un limbo sostituendola con la relativa "ipotesi". Rompere il *binomio paura-simpatia*, col quale la Rivoluzione assoggetta l'opinione pubblica dosando minacce e promesse. Ad esso bisogna opporre il binomio timore-fiducia.

Evitare di essere influenzati da quel *complesso d'inferiorità*, per cui ci si sente in obbligo di giustificare la CR davanti alla Rivoluzione aspettandosene una qualche legittimazione, onorificenza o almeno approvazione.

Non illudersi di vincere più facilmente la battaglia presentando la CR in modo simpatico allo "spirito del mondo", col solo risultato d'impovertire e indebolire la CR stessa rendendola fiacca e inefficace.

Non illudersi di vincere più facilmente la Rivoluzione operando all'interno di strutture o poteri dominati da essa; il cosiddetto "entrismo" si è quasi sempre concluso nell'assorbimento e neutralizzazione dei controrivoluzionari da parte della Rivoluzione, non di rado col passaggio di

Fraternità Cattolica

controrivoluzionari alla parte rivoluzionaria.

Non concedere facilmente al rivoluzionario il beneficio della "buonafede", prendendo per buone le motivazioni da lui avanzate, bensì cercare di capirne le motivazioni profonde e nascoste, spesso compromettenti o inconfessabili.

Strappare alla Rivoluzione le belle apparenze con cui si maschera per presentarsi in modo favorevole e seducente: ad esempio la "civiltà", il "progresso", la "scientificità", la "vitalità", la "solidarietà"...

Risalire dal fatto rivoluzionario ai fattori psicologici, tendenziali e soprattutto ideologici che lo hanno causato, mostrandone la coerenza. Far notare come i fattori economico-sociali siano spesso strumenti al servizio di fattori ideologico-culturali.

Confutare le idee false, le massime ingannevoli, i luoghi comuni, le parole d'ordine e gli slogan rivoluzionari. Non rinunciare all'aspetto polemico della battaglia ideologica e psicologica col pretesto di una malintesa carità e di un insidioso "dialogo".

Far notare le contraddizioni (attuali o passate) fra le idee e le azioni rivoluzionarie, mettendone in luce l'incoerenza ed eventualmente anche l'ipocrisia.

Far notare la *gradualità* del processo rivoluzionario, mettendone in luce la pericolosità, prevedendo i passaggi successivi della Rivoluzione e scongiurando la mentalità di compromesso e cedimento ch'essa insinua tra i buoni.

Attaccare non solo gli errori e i mali ma anche gli erranti e i malfattori, nella misura in cui ne sono gli agenti pubblici; essi possono essere anche derisi e ridicolizzati, sempre salvando la carità (S. Francesco di Sales).

Non aver timore di *ammonire* l'opinione pubblica prospettandole l'arrivo di grandi castighi in punizione per l'apostasia dell'umanità, conformemente al messaggio mariano di Fatima.

Individuare il nemico attuale primario da colpire, mostrandolo nella sua interezza, nelle sue profonde intenzioni, nei suoi metodi, nelle sue conseguenze anche estreme.

Individuare le forze che attualmente o potenzialmente si oppongono alla Rivoluzione, incoraggiandole e corroborandole, dando ad esse maggior convinzione e decisione.

Non disprezzare né tantomeno colpire le residue resistenze alla Rivoluzione, col pretesto ch'esse sono inadeguate o timide o incoerenti.

Fare opera di collegamento tra le forze anti-rivoluzionarie vecchie e nuove, piccole e grandi, per concertare un'azione comune, senza pretendere d'imporre a tutte le proprie idee o i propri metodi.

Individuare i punti ideologici e psicologici (*coaguli*) di resistenza alla Rivoluzione presenti nelle persone, negli ambienti e nelle associazioni, rafforzandoli e collegandoli in modo da formare una opposizione motivata, coerente e fattiva.

Rafforzare i costumi, le istituzioni e le leggi e che onorano e favoriscono le virtù sociali e condannano e ostacolano i vizi sociali. Far sì che la difesa dell'ordine pubblico comporti anche quella della moralità pubblica.

Cercare, scoprire e *sfruttare a fondo le occasioni* offerteci dalla divina Provvidenza, sia in positivo (punti forti della CR) che in negativo (punti deboli della Rivoluzione), senza alcun malinteso senso di rispetto o di lealtà verso un nemico che non ha alcun diritto di riceverne.

Dissipare l'attuale illusione secondo cui, per vincere la Rivoluzione, non sarebbe necessario sopprimerne le cause ma basterebbe ripararne gli effetti, o almeno "ridurne i danni", ad esempio mediante un'azione di "volontariato" impegnato nel sociale che eviti di urtare

Fraternità Cattolica

convinzioni e sentimenti. Se si rinuncia a sopprimere le cause del male, non si potranno mai ripararne gli effetti.

Non avere fretta: nulla di grande nasce improvvisamente né si realizza rapidamente. Come la Rivoluzione, anche la CR è lenta e graduale. Non pretendere dunque che ambienti rivoluzionari si convertano improvvisamente alla CR piena e integrale. L'importante è realizzare la "inversione la tendenza".

Tuttavia, bisogna cercare di provocare nell'opinione pubblica quel "sussulto", ossia quel risveglio intellettuale e quella svolta decisionale, che possono spingerla a rifiutare la Rivoluzione e a impegnarsi nella CR. Decisiva importanza storica del "trauma delle grandi conversioni" che avviano un "*grand retour*".

Bibliografia essenziale

- Henri Delassus S.J., *Le problème de l'heure présente*, Desclée, Paris 1907; rist. Editions Saint Rémi, Cadillac 2002 / *Il problema dell'ora presente*, Cristianità, Piacenza 1977 (vol. II: La rinnovazione e le sue condizioni).
- Plinio Corrêa de Oliveira, *Rivoluzione e Contro-Rivoluzione*, Sugarco, Milano 2009 (parte II: La Contro-Rivoluzione).
- Jean Ousset, *L'action*, Club du Livre Civique, Paris 1992.
- Jean Ousset, *Pour qu'Il règne*, Dominique Martin Morin, Paris 2000 (parte III: Nos raisons de croire).
- Jean Ousset, *Pour une Cité catholique*, Club du Livre Civique, Paris 2002.
- Aa. Vv., *Pour une Cité catholique*, Action Familiale et Scolaire, Paris 1991.
- La Ciudad Católica, *La Contrarrevolución*, Speiro, Madrid 1993.
- Marcel de Corte, *Pour l'organisation d'une chrétienté*, su "Revue Catholique des Idées et des Faits", (Bruxelles), n. 6, 4 mai 1934.
- Gabriel De Armas, *Algunos aspectos de la lucha por la verdad*, Speiro, Madrid 1984.
- Henri Ramière S.J., *L'Ordre social chrétien et la Révolution antichrétienne*, Paris 1879.

La battaglia delle idee: animazione e propaganda

2

di Marina Carrese

1) La riforma intellettuale, presupposto per la contro-rivoluzione

La Contro-Rivoluzione presuppone una riforma personale spirituale e intellettuale. Il successivo passaggio del militante contro-rivoluzionario è la formazione di gruppi irraggianti, che possiamo definire *élites* nel senso cristiano del termine (vicinanza alla verità). Il loro obiettivo è quello di persuadere, cioè di convincere attraverso la battaglia delle idee.

La battaglia delle idee mira ad affermare la nostra dottrina. Possiamo definirla come "l'operazione che si svolge sulla ragione e sulla psiche di un altro uomo o di più altri per portarlo ad agire con la massima consapevolezza nella direzione della meta comune".

"Non chiudetevi dunque in voi stessi, ma spingetevi innanzi nelle file aliene, per aprire gli occhi degli ingannati e degli illusi alle ricchezze delle fede cattolica (...). Nell'arte di guadagnare gli uomini voi potete apprendere qualche cosa anche dai vostri avversari - suggerisce Papa Pio XII - meglio ancora, imparate dai primi cristiani" (Pio XII, Discorso Conforto, Letizia agli Uomini di Azione Cattolica, 7.9.1947. In *Insegnamenti pontifici. Le consegne ai militanti*, Edizioni Paoline, Roma 1962 pp. 108-109).

2) La battaglia delle idee, convincere per vincere

La battaglia delle idee è una battaglia nella quale bisogna convincere per vincere, ed è il terreno principale di scontro con la Rivoluzione.

«Una Nazione non è fossilizzata. Essa subisce delle spinte, avanza, indietreggia, si trasforma. Come? Sotto l'azione delle idee (...). Nessuna dottrina politica sfugge alla necessità di convincere. Fosse anche mille volte vera, essa sarà sempre sconfitta dalla propaganda menzognera se non affronterà risolutamente la battaglia delle idee»¹.

Ploncard d'Assac ci offre questa riflessione sull'impatto che le idee, veicolate attraverso la propaganda, ottengono sulla volontà:

«Ciò che stupisce di più ai tempi nostri è la dissociazione che è stata operata tra la forza e la potenza. In passato, chi deteneva la forza deteneva anche la potenza. Ma oggi questo collegamento non è più automatico. Si tratta di un fenomeno che meraviglierà gli storici del futuro, quando constateranno che gli europei avevano conquistato il 'mondo sconosciuto' armati di fucili ad un solo colpo e ne sono stati scacciati nell'epoca in cui disponevamo della maggior una forza d'urto che l'uomo sia mai riuscito ad organizzare. Ma se si analizza il fenomeno da vicino ci si rende conto che il collegamento tra la forza e la potenza è realizzato dalla Volontà. Le sconfitte dell'Occidente, incredibili se si rapportano alla forza disponibile, non sono derivate dalla mancanza di forza, ma dall'indebolimento della volontà di potenza, causata da una perturbazione del giudizio»².

Bisogna però precisare che può accadere frequentemente il contrario, cioè che sia la volontà a fiaccare l'intelletto, provocando una perturbazione del giudizio.

«Dobbiamo renderci conto che siamo in guerra e che il nemico avanza non più con eserciti a bandiere spiegate, ma attraverso le parole, Non si impadronisce più di città ma degli spiriti»³. (...) La tattica, in questa guerra sovversiva, è semplice: si tratta di sfruttare le contraddizioni che esistono in seno ad un dato Paese e di trasformarle in dialettica, in modo da poter manipolare le masse per condurle a volere esse stesse ciò che si è deciso che debbano volere. In fondo si tratta di un processo che assomiglia alla pubblicità commerciale, che punta a far

¹ Jacques Ploncard d'Assac, *La bataille des idées* in *Manifeste nationaliste*, Plon, Parigi 1972, p. 143.

² *Ivi* pp. 137-138

³ *Ibid.* p.138.

nascere il desiderio per invogliare all'acquisto del prodotto.

In modo schematico, ma preciso, questo è il processo della guerra rivoluzionaria. Che cosa ci insegna? Che la Rivoluzione è anzitutto una propaganda. La Contro-Rivoluzione, dunque, deve essere anzitutto una contro-propaganda. Nessuna resistenza, nessuna controffensiva sono possibili senza una battaglia intellettuale. Bisogna dotarsi di categorie intellettuali, politiche e storiche intorno alle quali poter organizzare la resistenza ideologica. In caso contrario lo scivolamento è ineluttabile»⁴.

Quanto al numero dei soggetti da persuadere non si deve pensare ad una maggioranza elettorale, ma di una corrente minoritaria convinta ed unita, anche se costituita da un numero sufficiente di persone. Sull'argomento il prof. Plinio Correa de Oliveira, si è espresso così:

«Perché una corrente ideologica, quale che sia, giunga ad imporsi in un Paese di 90' milioni di uomini deve essere numerosa benché minoritaria. Infatti con quattro gatti ardenti di febbre ideologica non si arriva a dominare 90 milioni di uomini. Questa corrente minoritaria deve essere convinta e unita diversamente si disperderà e si dividerà prima ancora di raggiungere il potere. Conseguito il potere, detta corrente vi si manterrà solo ottenendo l'appoggio più o meno definito di una parte ben maggiore, benché sempre minoritaria, di uomini»⁵.

3) Animazione e Propaganda

Vladimir Ilych Ulianov detto Lenin (1870-1924), riprendendola da Georgij Valentinovic Plekhanov (1857-1918), teorizza questa fondamentale distinzione tra propaganda e agitazione (*animazione* nel linguaggio contro-rivoluzionario):

«Il propagandista inculca molte idee a una sola persona, o a un piccolissimo numero di persone, l'agitatore inculca una sola idea, o un piccolo numero di idee, a una massa di persone»⁶.

IL PROPAGANDISTA LENINISTA

Lenin invita i militanti comunisti all'«*organizzazione di denunce politiche in tutti i campi della vita*» (...) *Solamente con queste denunce potrà educarsi la coscienza politica e si susciterà l'attività rivoluzionaria delle masse»*⁷.

In che cosa consistono le "denunce politiche"? Lo spiega bene Jean-Marie Domenach:

«*Di fronte a qualsiasi avvenimento che interessa la vita delle masse il propagandista leninista deve risalire dall'apparenza alla realtà, la quale si trova al livello della lotta di classe, e non lasciare che gli spiriti deviino in spiegazioni superficiali e false»*⁸.

Le denunce politiche presentano secondo lo schema di interpretazione marxista gli avvenimenti della cronaca. È quello che i marxisti-leninisti chiamano *demistificazione*. Demistificare, in linguaggio leninista, vuol dire rivelare "la realtà della lotta di classe" che si trova sempre e comunque dietro l'avvenimento di cronaca esaminato.

«*Una guerra, uno sciopero, uno scandalo politico forniscono delle occasioni; ma il più delle volte è partendo da fatti minimi, molto concreti, che la dimostrazione risalirà alla causa, per connettere quello che sembrava solo un incidente alla spiegazione politica generale, che è quella del partito comunista»*⁹.

«*È incontestabile che la propaganda politica nella sua forma moderna è stata inaugurata dal bolscevismo e specialmente da Lenin e Trotsky»*¹⁰.

Questi, in sintesi, i metodi della propaganda comunista, che ha saputo raggiungere livelli di rara efficacia.

⁴ Ivi pp. 138-139.

⁵ Plinio Correa de Oliveira, articolo in "A Folha de São Paulo", 17.5.1970.

⁶ Vladimir Ilych Ulianov "Lenin", *Che Fare*, in *Opere scelte*, Edizioni in lingue estere, Mosca 1949 cap. III, p.183.

⁷ *Che Fare?*, cit. p.185.

⁸ Jean-Marie Domenach, *La propaganda politica*, trad. it. Edizioni Paoline, Catania 1974, p. 29.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ivi*, p.37

Fraternità Cattolica

Esaminiamo ora l'animazione e la propaganda nella prospettiva della Contro-Rivoluzione.

La battaglia delle idee si divide in *animazione* (attrazione dell'attenzione, risveglio dell'interesse, entusiasmo) e *propaganda* (informazione e persuasione).

L'ANIMAZIONE

Ha per obiettivo quello di attrarre l'attenzione, risvegliare l'interesse, suscitare entusiasmo.

Essa è la trasmissione di una sola idea, o di un piccolo numero di idee, a molti.

Animazione individuale

Essa si esprime in molti modi: es. un intervento in una conversazione, in una conferenza o un dibattito, una battuta di spirito percepibile per un certo numero di persone, un breve commento ad un fatto di attualità, la diffusione di un articolo di giornale, di un volantino, o una fotocopia, l'affissione di un manifesto a titolo personale, oppure una lettera inviata alla posta dei lettori di un giornale, un'e-mail di commento ad una notizia inviata al sito Internet di un quotidiano, un intervento in una trasmissione radiofonica o televisiva.

Ma ci sono molte altre forme di animazione: portare un distintivo, per esempio, è fare animazione. Il distintivo attira l'attenzione, stimola l'interesse, può suscitare un consenso epidermico, che poi è compito della propaganda approfondire e trasformare in consapevolezza. Quelle elencate sono altrettante forme di animazione individuale. In essa l'animatore non organizza le situazioni in cui esprimersi, ma né è determinato.

Sventolare una bandiera ad una manifestazione o ad un raduno, esporre uno striscione, sono ancora forme di animazione individuale. L'idea trasmessa a molti può essere appena un simbolo mostrato. Il messaggio è semplificato, ma il numero potenziale di interlocutori è amplissimo.

Animazione d'insieme

Si esprime attraverso lo scritto, la parola, il canto. Per esempio una scritta murale, un manifesto, un giornale esposto in una bacheca, un volantaggio, una vendita di giornali all'aperto con strillonaggio (per quanto riguarda lo scritto); la scansione di uno slogan ad una manifestazione, oppure un altoparlante montato su di un'auto, il canto (per quanto riguarda la parola). Proprio il canto segna il passaggio allo spettacolo: teatro, cinema sono strumenti per l'animazione d'insieme e fanno leva sull'entusiasmo.

L'animazione d'insieme, o sociale, si distingue da quella individuale perché organizza la propria azione non solo nei modi, ma anche nelle occasioni. A complemento dell'animazione d'insieme si pone l'animazione individuale che commenta la prima e può sfociare nella propaganda individuale.

L'animazione, tanto individuale quanto d'insieme, punta a suscitare entusiasmo e simpatia (si pensi all'uso della musica ed alla sua capacità evocatrice di sensazioni, alla forza degli Inni). Essa è la premessa per la propaganda individuale e per la propaganda d'insieme.

«Quanto alla tattica da seguire – avvertiva Papa Pio XII – ricordatevi che l'accostamento individuale è quello che dà i migliori risultati»¹¹.

LA PROPAGANDA

Ha per obiettivo l'informazione e la persuasione. Consiste nella trasmissione di molte idee ad una sola persona o a un numero piccolissimo di persone. Si realizza con conversazioni costanti e sistematiche, diffusione regolare di giornali, opuscoli, segnalazione di siti Internet, libri.

Quest'ultimo strumento, il libro, resta indubbiamente lo strumento principe della propaganda. Solo il *tête-à-tête* del lettore con il libro – afferma Ploncard d'Assac – è in grado di modificare un'opinione.

¹¹ Pio XII, discorso "Quando lasciate" all'Azione cattolica, 8.12. 1953 in Insegnamenti Pontifici, "Le consegne ai militanti", cit. p. 215

Fraternità Cattolica

Propaganda individuale

Si esprime principalmente attraverso la conversazione sistematica e la diffusione mirata di giornali, opuscoli e libri. La propaganda individuale è il principale strumento di conversione del simpatizzante in militante ed è il termine di ogni itinerario apostolico, costituendone il coronamento.

La simpatia e l'entusiasmo suscitati dall'animazione individuale e d'insieme sono premesse della propaganda individuale e d'insieme.

La propaganda individuale costituisce anche la premessa di quella d'insieme (sociale), dalla quale differisce perché è meno organica ed organizzata, ma al tempo stesso è anche la specificazione e la conclusione della propaganda organizzata, in quanto ne è commento ad uso particolare di ogni singolo.

Propaganda d'insieme

È la forma più complessa della battaglia delle idee. È la trasmissione di molte idee a pochi, da parte di una realtà associativa, di un'organizzazione.

I suoi strumenti sono una sorta di "esercizi intellettuali": la conferenza, il corso di formazione, la scuola (per la parola), il giornale, l'opuscolo, il libro diffuso in modo organizzato (per quanto riguarda lo scritto).

Si tratta di un'opera consapevole di istruzione e di educazione, fatta su persone delle quali si mira a sviluppare la consapevolezza delle ragioni e la necessità di un certo modo di essere e di agire.

Il suo complemento inevitabile è la propaganda individuale organizzata, che viene a costituire quasi un doposcuola del lavoro di propaganda d'insieme. La propaganda individuale organizzata va a correggere nel dettaglio e nello specifico la propaganda d'insieme nella sua inevitabile genericità e genericità di esposizione, traducendo *ad personam* quanto è stato detto *erga omnes*.

La persuasione supera l'entusiasmo, ma dalla persuasione stessa nasce un entusiasmo superrazionale, mosso dall'intuizione di un simbolo, una divisa, un motto, che sintetizza le tesi di una visione del mondo. Questo entusiasmo di ordine superiore si distingue da quello prodotto dall'animazione proprio per il suo carattere di superiore consapevolezza.

4) Il militante contro-rivoluzionario di fronte allo strapotere avversario

Queste, in sintesi, le tecniche essenziali per combattere la battaglia delle idee.

Certo, il militante contro-rivoluzionario, può sentirsi sgomento di fronte alla potenza dell'avversario ed al suo strapotere nei grandi mezzi di comunicazione di massa.

A lui va rivolta questa esortazione di Papa Pio XII:

«Vi auguriamo in primo luogo una coscienza vivente della vostra missione di fede: qualcosa di quella gioia riconoscente e di quell'orgoglio che San Paolo sentiva in sé per il fatto che Cristo lo aveva chiamato per farne un apostolo, qualcosa di quei sentimenti che pervadevano ogni pensiero, ogni opera e ogni relazione dei primi cristiani, Anch'essi si trovavano in una situazione analoga alla vostra: erano poche persone di fronte ad una schiacciante maggioranza che riteneva inconcepibile e addirittura pazzesca la loro fede (cfr. I Cor. I, 18-25). Ma essi erano convinti della forza che veniva loro da Dio e la portarono alla vittoria, anche se dovettero attraversare momenti difficilissimi e sacrifici cruenti»¹².

E restando sul piano naturale, Ploncard d'Assac avverte:

«Una battaglia non si valuta solo in base alla vittoria, ma in base alla necessità di combatterla. Certo, la vittoria è l'obiettivo di ogni battaglia, ma proprio quando essa sfugge impone nello stesso momento stesso a chi l'ha combattuta di riprendere la battaglia, perché questa è una battaglia delle idee, dove gli eserciti si riformano ad ogni generazione. Noi non sappiamo mai

¹² Pio XII Radiomessaggio *Gerne und Nicht* al I Congresso dei cattolici della Danimarca, 24.5.1953 in *Insegnamenti Pontifici, Le consegne ai militanti*, cit., p. 194

Fraternità Cattolica

fin dove può giungere la nostra voce e quali echi essa è capace di suscitare. C'è una sola sconfitta irrimediabile, una sola morte senza resurrezione, il silenzio»¹³.

Bibliografia essenziale:

Jacques Ploncard d'Assac, *Manifeste nationaliste*, Plon, Parigi 1972.

Jean Louis Domenach, *La propaganda politica*, Edizione Paoline, Catania 1974.

Jean Ousset, *L'Action*, Office International des Oeuvres de formation civique et d'action culturelle selon le droit naturel e chretien, Parigi 1972.

Di utile lettura può risultare: Gustave Le Bon, *Psicologia delle masse*, Longanesi, Milano 1982.

¹³ Jacques Ploncard d'Assac, *Manifeste nationaliste*, cit., pp.148-149

di Marina Carrese

Premessa

Per "nuovi mass-media" si intende un insieme di diversi strumenti comunicativi sviluppatosi in seguito alla nascita dell'informatica e in relazione ad essa.

Oggi, il nuovo *medium* per eccellenza è Internet - una rete ad accesso pubblico costituita da alcune centinaia di milioni di computer, collegati tra loro con svariati mezzi di trasmissione - con i servizi del World Wide Web (*ragnatela mondiale*) e della posta elettronica.

L'idea di una rete come Internet fu concepita al MIT¹ già nel 1962, ma la sua realizzazione rimase confinata all'ambito scientifico-militare e di proprietà statale. Nel 1991 gli Usa approvarono una legge che permise l'ampliamento della rete ad opera di privati e con finalità commerciali.

Intanto, il CERN² nel 1989 aveva dato vita al World Wide Web, progettato dieci anni prima col nome di *Enquire*, fondato essenzialmente su base ipertestuale ed utilizzato solo dalla comunità scientifica per lo scambio di dati. Il 6 agosto 1991 fu messo on-line il primo sito Web ed il 30 aprile 1993 il CERN annunciò che la tecnologia base del Web sarebbe stata completamente libera ed aperta a tutti.

I dati attualmente conosciuti indicano che gli utenti Internet nel 2008 hanno superato il miliardo e cinquecento milioni, vale a dire circa un quarto della popolazione mondiale; si ipotizza che raggiungeranno i 2,2 miliardi nel 2013; l'Italia risulta tra i Paesi "poco connessi".

Campo d'indagine relativamente giovane, i nuovi mezzi comunicazione, con particolare riferimento alla rete di Internet e agli strumenti nati al suo interno (*email, chat, forum, social-network, blog*, solo per citare i più conosciuti), rappresentano un settore nel quale studi ed analisi sono ancora allo stato iniziale e l'approfondimento risulta molto difficoltoso per molteplici cause:

- la vastità del fenomeno, che ne rende di fatto impossibile un'esplorazione esauriente;
- la fluidità del fenomeno stesso, in permanente trasformazione;
- l'influenza determinante del dato tecnico, anch'esso in continuo progresso, sull'accesso a nuove e sempre maggiori possibilità comunicative, messe a disposizione di un numero sempre più ampio di persone, non riconducibili a categorie ben individuabili.

Nonostante un grande fermento di ricerche nell'ambito della sociologia, antropologia, scienze cognitive, psicologia evolutiva e sociale, e persino semiotica dei nuovi media, resta indeterminato il dato circa l'effettiva penetrazione di questi strumenti in gruppi sociali classificati per età, sesso, professione, livello culturale, dislocazione geografica ecc.

Neppure, finora, sono state prodotte valutazioni che possano definirsi scientifiche del reale rapporto tra potenziale incidenza delle informazioni che circolano nella Rete e mutamento culturale, sociale o economico, dei singoli e dei gruppi.

Nuovi mass-media: istruzioni l'uso

Per entrare ora nel merito del tema del nostro incontro va detto che l'uso dei nuovi mass-media nell'azione contro-rivoluzionaria è un terreno pressoché inesplorato. Infatti, nonostante il rapido fiorire di siti Internet e il notevole flusso di messaggistica circolare, non esiste ancora alcuna teoria che ne descriva tecniche, modalità, effetti, ecc.

Appare evidente, comunque, che l'attività contro-rivoluzionaria condotta oggi non possa escludere l'utilizzo di questi mezzi che possono senz'altro rivelarsi di grande utilità, a patto di avere ben chiaro che essi sono appunto strumenti e senza cadere nell'illusione di attribuire loro

¹ Massachusetts Institut of Technology, Università con sede a Cambridge, nei pressi di Boston, Massachusetts (USA).

² Consiglio Europeo per la Ricerca Nucleare, oggi Organizzazione Europea per la Ricerca Nucleare, con sede a Ginevra.

un potere che travalichi il ruolo di meri strumenti.

Va sottolineato anche, e non come dato marginale, che il Web offre modo di limitare uno dei maggiori svantaggi che affliggono in genere l'opera contro-rivoluzionaria, cioè la disparità di mezzi e di forze rispetto all'avversario.

Punto di riferimento tecnico restano gli elementi di teoria dell'azione, già illustrati precedentemente a proposito della battaglia delle idee:

- la tattica utilizzata dalla Rivoluzione «in fondo (...) assomiglia alla pubblicità commerciale, che punta a far nascere il desiderio per invogliare all'acquisto del prodotto. In modo schematico, ma preciso, questo è il processo della guerra rivoluzionaria. (...) la Rivoluzione è anzitutto una propaganda. La Contro-Rivoluzione, dunque, deve essere anzitutto una contro-propaganda»³;

- la battaglia delle idee si divide in *animazione* e *propaganda*. L'animazione trasmette a molti una sola o un piccolo numero di idee ed ha come obiettivo attrarre l'attenzione, risvegliare l'interesse, suscitare entusiasmo. La propaganda trasmette molte idee ad una sola persona o a un numero piccolissimo di persone ed ha come obiettivo l'informazione e la persuasione.

Animazione e propaganda, dunque, sono livelli di *penetrazione* diversi, che richiedono tempi e strumenti diversi.

La comunicazione attraverso Internet, per sua stessa natura, si configura soprattutto come strumento di animazione. Data però la varietà di opzioni offerte, dal semplice invio di una email fino all'organizzazione di un network, cioè di una rete di portali, entrambi gli aspetti dell'animazione e della propaganda vanno tenuti presenti contemporaneamente, anche se con modalità ed aspettative diverse.

L'invio di messaggi ad una *mailinglist* è senza dubbio un validissimo strumento di informazione che può trasmettere una o poche idee, raggiungendo un gruppo di varia entità di persone disgiunte o collegate tra loro, ma anche una platea allargata grazie a quello che potremmo definire un "effetto rimbalzo" cioè il *rilancio* del testo che ciascun destinatario può fare verso altri utenti ai quali è collegato a sua volta. Lo sviluppo attuale di questo mezzo sono i *social network* come Facebook o Twitter⁴, che fungono da "bacheca permanente" con diversi livelli di apertura, pubblica o limitata ai soli aderenti al gruppo.

Un sito Internet, invece, può svolgere la doppia funzione di strumento di animazione, per coloro che vi entrano casualmente o occasionalmente, e di strumento di propaganda se viene concepito come luogo di aggregazione e di formazione rivolto ad un pubblico fidelizzato, che ne segue gli sviluppi e gli aggiornamenti periodici.

Il rischio di essere *vox clamantis in deserto*: come trasmettere idee

Il Web è un "luogo" virtuale, nel quale la comunicazione è un flusso continuo e sostanzialmente indifferenziato, paragonabile ad una sorta di rumore di fondo indistinto, che rischia di divenire assordante.

Studi recenti valutano la possibilità che le nuove tecnologie stiano producendo modificazioni neurocognitive sui più giovani, i cosiddetti "nativi digitali"⁵, i quali sviluppano un apprendimento di tipo prevalentemente percettivo, difettano di capacità simboliche, utilizzano

³ Jacques Ploncard d'Assac, *La bataille des idées in Manifeste nationaliste*, Plon, Parigi 1972

⁴ Facebook è un social media dedicato ai contatti tra utenti. Nel 2009, ha superato i 350 milioni di iscritti nel mondo; in Italia ha 14,5 milioni di utenti, divenendo un vero e proprio fenomeno sociale, non solo giovanile, tanto da attirare personaggi noti ed organizzazioni, dal mondo dello spettacolo, allo sport, alla politica, alla cultura. Facebook è divenuto anche uno strumento indispensabile delle ultime campagne elettorali.

Twitter è una piattaforma di microblogging utilizzata soprattutto per "postare" notizie in tempo reale. Divenuto sinonimo di informazione libera, ha svolto effettivamente un ruolo importante durante alcuni eventi internazionali, come per esempio la contestazione al regime di Ahmadinejad in Iran (2010), repressa violentemente dal regime.

⁵ M.R. Parsi, T. Cantelmi, F. Orlando, *L'immaginario prigioniero. Come educare i nostri figli a un uso creativo e responsabile delle nuove tecnologie*, Mondadori, Milano 2009

Fraternità Cattolica

contemporaneamente più canali sensoriali e modalità motorie, pendolano continuamente tra il registro cognitivo e socioemotivo reale e quello virtuale.

È concordemente riconosciuto, inoltre, che all'interno della Rete la percezione del tempo e dello spazio siano distorte e che l'attenzione venga applicata in modo differente da come avviene nella realtà concreta.

Chi si accinge a leggere un articolo od un libro, oppure si reca ad una manifestazione o ad conferenza, o ancora decide di seguire un seminario, un corso di formazione ecc. assume un atteggiamento, conseguenza dell'atto di volontà compiuto, che dispone l'intelletto alla concentrazione e a recepire e trattenere contenuti e metacontenuti.

Chi naviga in Internet, il più delle volte, non si trova nell'identica disposizione e il più delle volte l'approccio ad un contenuto è casuale o impreveduto.

Spesso ci si collega durante il lavoro, quando si è intenti a fare altro; oppure ci si imbatte in un'informazione particolare, in un certo sito, mentre si sta eseguendo una diversa ricerca che non ha nulla a che fare con quell'informazione o quel sito.

Nel caso della posta elettronica, poi, tenuto conto che una persona che ne faccia un uso medio riceve almeno una decina di email al giorno, vengono letti in successione rapida messaggi di natura e finalità diversissime: i saluti dell'amico, la comunicazione della banca, la pubblicità del prossimo film, la comunicazione della mailinglist alla quale si è iscritti, con la data dell'appuntamento o la recensione di un libro ecc.

Tutto questo rischia di rendere la comunicazione superficiale e di mescolare il contenuto che si vuole trasmettere al "rumore di fondo". Che fare dunque per evitarlo?

Se l'effetto di animazione, come è stato già detto, può essere ottenuto già semplicemente con un distintivo, una bandiera, un motto, uno slogan, questi stessi mezzi possono essere utilmente adoperati nella comunicazione in Internet.

Grandissimo valore hanno infatti le immagini ed i simboli, opportunamente adoperati.

Proprio a causa della rapidità della comunicazione virtuale, un'immagine ben scelta, facilmente comprensibile ed evocativa, permette di far emergere il messaggio dal flusso, tanto che si tratti di una email o di una pagina web.

L'immagine di un personaggio storico, ad esempio, uno stemma gentilizio, un quadro antico, la foto di un evento, la copertina di un libro hanno un effetto animatorio immediato, colpiscono l'attenzione e invogliano alla lettura del testo. L'effetto si produce anche in chi non si sofferma a leggere il testo o lo fa distrattamente, poiché l'immagine utilizza canali percettivi più rapidi della parola. Anche immagini di personaggi poco conosciuti ma in una posa evocativa – il guerriero con la spada sguainata, il cavaliere inginocchiato, il re assiso in trono ecc. – sono messaggi significativi in sé, che il destinatario coglie immediatamente, indipendentemente dall'importanza che attribuisce alla comunicazione.

Il testo è ovviamente un fattore di grande importanza e la sua lunghezza è un elemento determinante al fine della funzionalità comunicativa.

Nel caso delle email il testo deve essere rapido ed essenziale, l'uso dei colori e della grafica (grassetto, corsivo ecc.) deve favorire l'individuazione degli elementi essenziali, ad esempio l'ora e il luogo di un incontro.

Nel caso di una pagina Web, il testo deve essere sintetico ma esauriente il più possibile. Leggere al computer, infatti, affatica la vista e accorcia significativamente il tempo di resistenza. Soprattutto, però, la navigazione in Internet è un'attività eminentemente dinamica e mal si concilia con una lunga sosta per leggere una pagina troppo densa. Pagine di testo fitte ed uniformi scoraggiano il lettore ed hanno un effetto disanimante.

Il linguaggio utilizzato deve essere chiaro e piano, badando però a non semplificare troppo a danno della dignità del tema proposto.

Fraternità Cattolica

Un'attenzione particolare va attribuita all'uso dei termini che l'azione manipolatrice della Rivoluzione ha reso ambigui o ha addirittura travisato. È bene evitare del tutto l'utilizzo di quei vocaboli che hanno perso "la battaglia delle parole" – *laico* è l'esempio più diffuso – per non darne un'implicita conferma e, ogni volta che sia possibile senza cadere nella pedanteria, è bene riproporre il significato corretto.

Infine, un'annotazione va fatta circa lo stile della comunicazione on-line.

«Il World Wide Web ha le potenzialità per svilupparsi in un'enciclopedia universale che copra tutti i campi della conoscenza e in una biblioteca completa di corsi per la formazione»⁶.

Internet è stato definito lo strumento "democratico" per eccellenza: ad esso può accedere chiunque, sia in veste di fruitore sia in quella di produttore di messaggi, ed offre tutto a tutti.

Questo è al tempo stesso il suo maggior pregio ma anche il maggior pericolo che rappresenta, poiché la logica sulla quale si fonda è sostanzialmente rivoluzionaria. Essa comporta una serie di gravi rischi: minimalismo, banalizzazione dei contenuti, equiparazione dei contenuti, autoreferenzialità, approssimazione, eccessi nell'espressione, spontaneismo, disordine metodologico e concettuale ecc.

È evidente che l'azione contro-rivoluzionaria condotta attraverso Internet dovrà non solo evitare questi rischi, ma anche adottare uno stile che la distingue e la renda riconoscibile a prima vista.

Ciò non per una scelta squisitamente estetica, che pure non va trascurata, ma perché il processo di restaurazione, come ha insegnato il prof. Plinio Correa de Oliveira, parte "dalle buone tendenze per giungere alle buone idee e infine buone pratiche, sia nella vita personale che in quella culturale, sociale e politica".

È bene quindi che l'azione conservi le caratteristiche di sobrietà, ordine ed eleganza che sono la giusta cornice dell'Ordine e dell'Armonia in nome dei quali la Contro-rivoluzione opera.

Mezzi diversi per scopi diversi

Si è detto che i nuovi mass-media assolvono con maggiore efficacia una funzione di animazione. Questa però non va intesa come semplice contatto iniziale, destinato a rimanere superficiale, ma può avere diversi livelli di approfondimento fino a sfociare nella propaganda.

La varietà di argomenti contenuti in un sito, infatti, consente di costruire piccole reti di idee che il visitatore può percorrere mediante l'uso di *links* interni, cioè dei rimandi ad altre pagine dello stesso sito. Utilizzando questi collegamenti si può guidare il visitatore in percorsi preordinati che forniscano una serie di informazioni complete ed organizzate che tendano alla costruzione di categorie. Stesso principio si dovrebbe seguire nella creazione di links esterni, che guidino a pagine, documenti o siti dottrinalmente corretti e indirizzati agli stessi scopi formativi ed informativi.

Una simile finalità è assolta anche dai *downloads*, in genere testi di media lunghezza – ma si possono inserire anche interi libri, formando una sorta di biblioteca – ed anche immagini, musiche, video da "scaricare" stabilmente sul proprio computer, che offrono la possibilità di leggere, conservare e riutilizzare una grande quantità di informazioni.

Infine, un sito può consentire livelli diversi di penetrazione: uno pubblico, aperto a tutti, orientato specificamente all'animazione, e un livello ad accesso limitato, riservato agli iscritti, che offre contenuti organizzati, percorsi formativi e raccolte di testi scelti.

Benché non sia possibile sapere se il visitatore di un sito abbia seguito l'intero percorso, se

⁶ Richard Stallman, programmatore, hacker, attivista statunitense, tra i principali esponenti del movimento del software libero, laureato ad Harvard *magna cum laude*.

abbia compreso i diversi passaggi e i collegamenti tra essi, se sia stato convinto dalle argomentazioni proposte e se questa convinzione abbia provocato un mutamento in lui, l'azione contro-rivoluzionaria on-line necessita di essere pensata e costruita come un'azione di propaganda individuale, rivolta ad un ipotetico destinatario-ideale.

Caso diverso è quello della posta elettronica, in genere inviata a un numero definito di persone, potenzialmente grande, che hanno già espresso un interesse esplicito per gli argomenti trattati, essendosi iscritte alla *mailiglist*. Le email periodiche e le newsletter sono esempi di animazione d'insieme che travalicano i limiti dell'indirizzario al quale vengono inviate, poiché spesso vengono rispediti ad altri destinatari e addirittura riprese da altri siti, amplificando in questo modo in maniera esponenziale il proprio potenziale.

Le insidie della *ragnatela*

Nell'organizzare un'azione culturale di ispirazione contro-rivoluzionaria attraverso il Web, si devono evitare numerose insidie che il mezzo stesso implica, la maggiore delle quali è finire per credere che quella *virtuale* sia una rappresentazione della realtà concreta o, peggio, che sia una sorta di *realtà parallela* alla quale potersi riferire.

Il mondo virtuale è per definizione "simulato, effimero ed illusorio", cioè quanto di più lontano dalla solida concretezza alla quale la Contro-rivoluzione richiama i suoi combattenti.

Diretta conseguenza di questa insidia è considerare le cosiddette *comunità* che nascono mediante i siti, le chat, i blog, o, più facilmente oggi, all'interno dei social network come Facebook, come vere comunità nelle quali i componenti condividano interessi, idee ed obiettivi.

I sintetici elementi di analisi indicati fin qui bastano già a comprendere quanto questa convinzione sia priva di fondamento: l'adesione alle comunità è spesso indipendente dal motivo dichiarato; il numero degli aderenti è illusorio, determinato a volte persino da automatismi del mezzo stesso, e comunque influenzato da una serie di variabili indipendenti e indeterminabili; la cosiddetta *condivisione*, infine, si fonda su scelte che quasi mai seguono criteri logicamente o eticamente impostati, e possono prescindere totalmente dall'interesse comune al gruppo, dal suo valore, persino dalla sua veridicità, fino al limite di *condividere* disvalori o obiettivi dichiaratamente assurdi, immorali o ideologici.

La deriva rivoluzionaria sottesa a queste logiche diviene evidente nelle lunghe teorie di messaggi che gli appartenenti alle comunità si scambiano: "pensieri in libertà" su argomenti di qualsiasi natura, in cui tutto viene ridotto a mera opinione che pretende di possedere un valore positivo per il solo fatto di essere stata espressa e lanciata nell'*etere virtuale*, in cui la verità di un'affermazione o la competenza di un interlocutore sono dati irrilevanti.

L'azione contro-rivoluzionaria, dunque, deve continuare ad avere nella relazione diretta e personale il principale punto di riferimento, una relazione determinata dalla reale condivisione di momenti, occasioni, entusiasmi, letture, riflessioni, la sola che possa fondare il processo di riforma personale e culturale nel quale si forgia il militante contro-rivoluzionario.

In conclusione

In chiusura, dopo tanti dettagli tecnici, è doveroso un richiamo proprio all'aspetto spirituale che deve contraddistinguere la nostra azione.

Infatti, qualunque sia lo strumento che utilizziamo, non dobbiamo dimenticare che scendiamo in campo in quella che abbiamo definito *battaglia delle idee*, l'attuale fase della perenne lotta tra bene e male nella quale il contro-rivoluzionario è schierato in difesa dell'ordine naturale e cristiano.

Benedetto XVI, nell'intervista che concesse a Vittorio Messori nel 1980 pubblicata nel volume *Rapporto sulla Fede*, con perfetta sintesi spiegò che "il contrario di progressista non è conservatore ma missionario"⁷.

⁷ Vittorio Messori, *Rapporto sulla fede*, San Paolo Edizioni, Alba 1980

Fraternità Cattolica

Il contro-rivoluzionario è infatti colui al quale è affidata una missione di nuova evangelizzazione, ancor più oggi, tempo in cui la Rivoluzione ha spinto il suo attacco *in interiore homine*, dopo il crollo delle ideologie, spargendo a piene mani i semi del nihilismo e del relativismo etico. La missione del contro-rivoluzionario è la ri-evangelizzazione della cultura per ricostruire la società, la politica, l'economia.

Un compito quindi che non può essere compiuto in maniera estemporanea ma che va svolto con spirito militante, nella consapevolezza che l'azione contro-rivoluzionaria è una vocazione alla quale si è chiamati.

Le parole del prof. Plinio Correa de Oliveira, rivolte ai militanti della TFP nel 1993, possano essere guida ed ispirazione per quanti hanno ricevuto questa chiamata:

«Cosa significa avere una vocazione contro-rivoluzionaria? Anzitutto implica il sentire con profonda amarezza tutto l'orrore dei giorni nostri, rigettandolo con tutte le fibre dell'anima. Questo suscita necessariamente una nostalgia di ciò che fu. Questa nostalgia, però, sarebbe vana se guardassi appena al passato. Essa deve, invece, accendere il desiderio che qualcosa risusciti e, quindi, la ferma decisione di lavorare per questa risurrezione, immolandosi per questa causa».

«Chi siamo noi? Siamo quelli che non piegano le ginocchia, e nemmeno un solo ginocchio, davanti a Baal. Siamo quelli che hanno la Vostra Legge scolpita nel bronzo dell'anima, non permettendo che le dottrine del secolo incidano i loro errori su questo bronzo reso sacro dalla Vostra Redenzione.

Siamo quelli che amano come il più prezioso dei tesori la purezza immacolata dell'ortodossia, ricusando qualsiasi patto con l'eresia, con le sue opere e le sue infiltrazioni. Siamo quelli che hanno misericordia del peccatore pentito e che per loro stessi, tante volte indegni ed infedeli, implorano la Vostra misericordia, ma che non risparmiano l'empietà insolente e orgogliosa che presume di sé, il vizio che si ostenta con arroganza schernendo la virtù.

Chi siamo noi? Nella tempesta, nell'apparente disordine, nell'apparente afflizione, nell'apparente rovina di tutto ciò che per noi sarebbe la vittoria, noi siamo quelli che hanno avuto fiducia, che non hanno mai dubitato, anche quando il male sembrava aver vinto per sempre. Siamo figli e saremo gli eroi della Fiducia, i paladini di questa virtù. Quanto più gli avvenimenti sembreranno smentire la voce della grazia, che nel nostro intimo ci dice *vincerai!*, tanto più crederemo alla vittoria di Maria!»

Bibliografia minima:

Jacques Ploncard d'Assac, *Manifeste nationaliste*, Plon, Parigi 1972.

Jean Ousset, *L'Action*, Office International des Oeuvres de formation civique et d'action culturelle selon le droit naturel e chretien, Parigi 1972.

Vittorio Messori, *Rapporto sulla fede*, San Paolo, Alba 1980

Vance Packard, *I persuasori occulti*, Einaudi, Torino 1989.

Giovanna Cosenza, *Semiotica dei nuovi media*, Laterza, Bari 2008.

Tonino Cantelmi e Lisa Giardina Grifo, *La mente virtuale. L'affascinante ragnatela di internet*, San Paolo, Alba 2002.

Parsi, Cantelmi, Orlando, *L'immaginario prigioniero. Come educare i nostri figli a un uso creativo e responsabile delle nuove tecnologie*, Mondadori, Milano 2009.

Il militante nella "civiltà dell'immagine" per una controrivoluzione antitelevisiva

4

di Guido Vignelli

La prima cosa da fare è ovviamente elaborare un'analisi della situazione.

Bisogna quindi:

- Avvertire che la video-dipendenza è una piaga sociale simile alla tossico-dipendenza, ma più pericolosa perché più vasta e meno avvertita.
- Fare un monitoraggio sia delle trasmissioni prevedibilmente dannose che sono in arrivo, sia di quelle già proiettate, aggiornando il panorama in modo tempestivo e particolareggiato.
- Individuare le tendenze emergenti nelle trasmissioni dannose, il loro ruolo diseducativo e la loro tattica per influenzare mentalità e comportamenti.
- Denunciare gli effetti psicologici della video-dipendenza: annegamento dei sensi, ottenebramento della coscienza, corruzione del senso morale, atrofia dell'intelligenza, relativismo intellettuale, perdita della dignità personale e del senso della realtà.
- Evidenziare e denunciare l'aspetto ideologico (almeno implicito) delle trasmissioni dannose, facendo notare che la loro motivazione ultima non è l'ottenimento di facili guadagni né la semplice manipolazione delle coscienze, bensì la realizzazione di una mutazione antropologica mediante la rivoluzione mass-mediatica. Evidenziare e denunciare l'aspetto antinaturale ed antireligioso di questa rivoluzione, ad esempio denunciando il culto delle immagini come idolatria e il video come "totem del villaggio globale".
- Evidenziare e denunciare l'aspetto ludico della rivoluzione mass-mediatica, che, con la scusa di "divertire", cerca di diffondere ottimismo, superficialità, insensibilità, irresponsabilità, stupidità e volgarità. Il risultato è la ludo-dipendenza favorita da quiz, video-giochi e macchinette per giocare; ma anche l'astrologia e la cartomanzia televisive fanno parte di questa operazione.
- Confutare i numerosi luoghi comuni diffusi dai mass-media nell'opinione pubblica allo scopo di confonderla e intimorirla impedendole di ostacolare efficacemente la loro prepotenza. Esempio di tali luoghi comuni: "la programmazione morale è noiosa", "il pubblico (compresi i minori!) è maturo nel giudicare i programmi", "il pubblico non può che preferire il peggio", "l'*auditel* è misura del consenso", "la tecnologia riparerà da sé i propri danni", "la censura è inefficace", "basta ricorrere all'autoregolamentazione mass-mediatica", "basta che i buoni s'inseriscano nel sistema mass-mediatico", "il potere mediatico è invincibile"...
- Opporsi da una parte alla tendenza ottimistica, che cerca di addormentare le coscienze nascondendo o sminuendo il pericolo imminente ("in qualche modo tutto si risolverà"), e dall'altra alla tendenza disfattistica, che cerca di avvilito le coscienze esagerando la potenza nemica o facendo credere che il problema sia insolubile ("non c'è nulla da fare"). Contro queste due tendenze opposte ma complementari, bisogna dapprima *allarmare* l'opinione pubblica, denunciando il pericolo in tutta la sua gravità, ma poi *incoraggiarla* a lottare, facendole capire che il nemico non è onnipotente e che le vittorie sono possibili.
- Ammonire il pubblico a essere sanamente diffidente, ricordandogli le promesse violate, i tradimenti consumati, le battaglie eluse, le illusioni svanite e le delusioni patite per colpa dei tanti falsi difensori della morale pubblica. In particolare, mettere in guardia amici e collaboratori da quelle associazioni (dette "gialle") che, pur ostentando di combattere la pubblica immoralità, in realtà si limitano a raccogliere la protesta montante per neutralizzarla o per deviarla su un binario morto o per disperderla in iniziative inutili o addirittura per consegnarla in dote al potente di turno.

La seconda cosa da fare è articolare un programma delle iniziative fattibili.

Bisogna quindi:

- Elaborare un metodo di analisi e classificazione dei programmi che permetta a genitori ed educatori di riconoscere ed evitare, o almeno neutralizzare e arginare, le trasmissioni pericolose.
- Puntare a far valere il peso dell'opinione pubblica (specie i telespettatori) nel campo sia mass-mediatico che sociale che politico-giuridico.
- Puntare a favorire la "inversione di tendenza": far sì che la trasgressione, da facile, frequente, inavvertita, tollerata o giustificata, diventi difficile, rara, avvertita, ostacolata o condannata.
- Sollecitare amici e collaboratori a segnalare a noi – ma anche direttamente alla Magistratura, alla Prefettura, al Commissariato di Polizia – trasmissioni immorali particolarmente gravi, anche se trasmesse da emittenti locali.
- Sollecitare gli amici e collaboratori a denunciare tempestivamente la minacciata o avvenuta proiezione di trasmissioni immorali (spettacoli, show, film, fiction, spot pubblicitari, documentari). Se possibile, è meglio intervenire prima per impedire che dopo per reprimere.
- Usare le proprie (poche) forze al massimo delle possibilità e concentrarle su obiettivi ben precisi e colpibili. Ad esempio, concentrarsi nel denunciare e sopprimere trasmissioni immorali "esemplari" oppure "pilota" (come il *reality show* "Il Grande Fratello"), senza perder tempo e fatica a rincorrere i numerosi casi di trasmissioni occasionali o abituali od o divenute "normali". Esempio riuscito: la soppressione della neonata *Gay Tv* ottenuta dalla Magistratura italiana.
- Denunciare le immagini, le azioni e gli slogan esemplarmente rivoluzionari che instillano nei minori una mentalità corrotta e trasgressiva. Caso esemplare: lo slogan pubblicitario "Life is now!"
- Colpire quelle pubblicità (spot, trailer, cartelloni, poster, volantini) che costituiscono un incitamento alla "trasgressione" giovanile. Combattere il *kid marketing*.
- Combattere le "zone franche" dei mass-media, ossia quei settori della programmazione che veicolano la propaganda "trasgressiva" eludendo le norme o perfino le leggi vigenti.
- Costringere le emittenti, le autorità e le istituzioni a prendersi le proprie responsabilità.
- Ad esempio, denunciare la RAI per le sue inadempienze nel rispettare il "contratto di servizio pubblico" per il quale viene obbligatoriamente finanziata dai contribuenti, e sollecitarla a rispettare questo contratto.
- Ad esempio, colpire le emittenti private colpevoli nel loro punto debole, ossia i finanziamenti provenienti dagli introiti pubblicitari, minacciando le ditte che sostengono quelle emittenti di boicottare i loro prodotti.
- Ad esempio, denunciare inadempienze, cedimenti o complicità commessi da quelle autorità che dovrebbero difendere la pubblica moralità dalle trasgressioni mass-mediatiche, ammonendo anche le istituzioni pubbliche (politica, magistratura, polizia, scuola, Gerarchia ecclesiastica).
- Contemporaneamente, però, sollecitare sempre da queste istituzioni prese di posizioni e interventi in senso chiarificatore, riformatore e punitivo.
- Impedire l'approvazione di progetti di legge immorali o comunque peggiorativi e favorire

Fraternità Cattolica

l'approvazione di quelli morali o comunque migliorativi. Esempi recenti italiani: da un lato l'impedita approvazione del pdl che avrebbe abolito la censura preventiva e di quello che avrebbe legalizzato l'uso "privato" di materiale pedopornografico; dall'altro l'approvazione della vecchia "legge Mammi" sulle telecomunicazioni e della nuova legge che punisce come reato l'adescamento dei minori tramite telefonia o internet.

- Togliere quegli ostacoli burocratici e quei compromessi politici che impediscono l'applicazione severa delle vigenti norme in difesa della pubblica moralità e del telespettatore.

- Far conoscere e far ricordare i propri e altrui successi ottenuti, per incoraggiare i buoni dimostrando e che non siamo soli a lottare e soprattutto che la battaglia può essere vinta. Esempi concreti di recenti successi italiani: il ritiro del materiale pornografico dalle edicole friulane e la rinuncia della ASL a fare "educazione sessuale" nelle scuole lombarde; esempi di recenti successi generali: la crisi delle trasmissioni più immorali e il successo di quelle religiose o militar-poliziesche; il *Family Day* romano del 2007.

- Non limitarsi a criticare, denunciare e combattere, ma offrire anche concrete alternative alle famiglie e agli educatori, segnalando fatti, immagini, strumenti (ad es. trasmissioni e film) buoni e formativi. Offrire concrete alternative anche alle istituzioni, proponendo ad esse iniziative in positivo. Esempio: il "promemoria per la riforma del sistema mass-mediatico", presentato nel 2008 da *SOS Ragazzi* al ministro competente.

- Puntare a formare le menti e le coscienze dei minori, ma ancor più dei loro genitori e parenti e dei loro educatori, opponendosi alla tentazione della rinuncia educativa. Far capire a loro che la lotta contro gli eccessi è utile solo come supporto alla ricuperata presenza educativa dei genitori, che deve iniziare col loro stesso esempio.

Bibliografia consigliabile

Sui mass-media in genere:

Aa. Vv., *Chiesa e comunicazione sociale: i documenti fondamentali*, ElleDiCi, Torino 1996

AIART, *Comunicazione audiovisiva e problemi educativi*, Roma 1992

Apel Karl-Otto, *Etica della comunicazione*, Jaca Book, Milano 1992

Baragli Enrico S.J., *Comunicazione, comunione e Chiesa*, Studio per la Comunicazione Sociale, Roma 1973

Baragli Enrico S.J., *L'istruzione pastorale "Communio et progressio"*, La Civiltà Cattolica, Roma 1972

Barroso Porfirio, *Fundamentos deontológicos de las ciencias de la información*, Barcelona 1985

Benito Angel (cura), *Dizionario di scienze e tecniche della comunicazione*, Ed. Paoline, Cinisello Balsamo 1996

Bertrand Claude-Jean, *La déontologie des médias*, P.U.F., Paris 1997

Bettetini Gianfranco, *L'occhio in vendita. Per una logica e un'etica della comunicazione audiovisiva*, Marsilio, Venezia 1985

Bettetini Gianfranco e Fumagalli Armando, *Quel che resta dei media. Idee per un'etica della comunicazione*, F. Angeli, Milano 1998

Blázquez Niceto O.P., *Cine, radio, televisión y prensa*, Madrid 1968

Blázquez Niceto O.P., *Etica y medios de comunicación*, B.A.C., Madrid 1994

Breton Philippe, *L'utopia della comunicazione*, UTET, Torino 1996

Cheli Enrica, *La realtà mediatica. L'influenza dei mass-media tra persuasione e costruzione sociale della realtà*, F. Angeli, Milano 1994

Fraternità Cattolica

- La Cité Catholique, *L'information*, Congrès de Lausanne, Paris 1965
- Codina Mònica (cura), *De la ètica desprotegida. Ensayos sobre la deontologia de la comunicaciòn*, EUNSA, Pamplona 2001
- Colombo Fausto (cura), *Atlante della comunicazione*, Hoepli, Milano 2005
- Comisiòn Episcopal Española de Medios de Comunicaciòn Social, *La Iglesia ante los medios de comunicaciòn social*, Madrid 1987
- Comitato Nazionale di Bioetica, *Violenze, media e minori*, Roma, 25-5-2001
- Conferenza Episcopale Tedesca e Consiglio della Chiesa Evangelica Tedesca, *Prospettive di sviluppo e rischi della societ  dei media*, Ed. Paoline, Milano 1998
- Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti, Federazione Nazionale della Stampa Italiana e Telefono Azzurro, *Informazione e minori* (Carta di Treviso), 5 ottobre 1990, + *Vademecum* allegato, 25 novembre 1995
- Delai Nadio, Papuzzi Alberto e Piana Giannino, *Informazione/comunicazione: molti soggetti per un'etica mass-mediale*, Cittadella, Assisi 1997
- Derieux Emmanuel, *Cuestiones ètico-jurídicas de la informaciòn*, EUNSA, Pamplona 1978
- Di Ianni Mario, *La verit  nel comunicare*, Vivere In, Roma 1999
- Echaniz Arantz e Pagola Juan, *Etica del profesional de la comunicaciòn*, Desclée de Brouwer, Bilbao 2004
- Eugeni R. e Giaccardi C., *Famiglia e mass-media: per un'etica della comunicazione*, Vita e Pensiero, Milano 1995
- Fondazione RUI, *I nuovi miti dell'informazione. Etica, tecnologia e ideologia nei nuovi mezzi di comunicazione di massa*, Torino 1988
- Gatti Vittorio S.D.B., *Etica della comunicazione*, Libreria Ateneo Salesiano, Roma 2008
- Gennari Mario, *Lo sguardo iconico. Per un'educazione all'immagine*, La Scuola, Brescia 1990
- Gersdorff Mathias von, *Medienkinder. Das Einsinken des Menschen in der Masse*, Kinder in Gefahr, Frankfurt am Mein 2002
- Giuliodori Claudio e Lorizio Giuseppe, *Teologia e comunicazione*, Ed. San Paolo, Cinisello Balsamo 2001
- Giovanni Paolo II, *Messaggi per la giornata mondiale delle comunicazioni sociali*, Libreria Ed. Vaticana, Citt  del Vaticano 1993
- Kierkegaard S ren, *Scritti sulla comunicazione*, Logos, Roma 2003
- Iribarren J., *Etica de la informaciòn*, B.A.C., Madrid 1980
- La Borderie R., *Educazione all'immagine e ai media*, Armando, Roma 1999
- Lever Franco, Rivoltella Pier Cesare e Zancacchi Adriano (cura), *La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche*, ElleDiCi-E.R.I.-L.A.S., Torino-roma 2002
- Limburg Val, *Etica dei media elettronici*, S.E.I., Torino 1997
- L pez Quint s Alfonso, *La defensa de la libertad en la era de la comunicaciòn*, P.P.C., Madrid 2004
- Lorenzi Zita, *Educare ai media*, Artigianelli, Trento 1982
- Lorenzi Zita, *L'uomo, la famiglia, la scuola e i nuovi media*, AIART, Roma 1984
- Martínez Diez F., *Teologia de la comunicaciòn*, B.A.C., Madrid 1994
- Meazzini Giulio, *La famiglia e i nuovi media. Manuale di sopravvivenza*, Citt  Nuova, Roma 2009
- Morra Gianfranco, *I mass-media e la manipolazione dell'uomo*, in Aa. Vv., *La crisi della societ  permissiva*, Ares, Milano 1972
- Parsi Maria Rita, Cantelmi Tonino, Orlando Francesca, *L'immaginario prigioniero. Come educare i nostri figli a un uso creativo e responsabile delle nuove tecnologie*, Mondadori, Milano 2009
- Pinto de Oliveira Carlos O.P., *Ethique de la communication sociale*, Editions Universitaires, Fribourg 1987
- Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, *Chiesa e comunicazione sociale dopo il Concilio*, Libreria Ed. Vaticana, Citt  del Vaticano 1992
- Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, *Etica nelle comunicazioni sociali*, Libreria Ed. Vaticana, Citt  del Vaticano 2000
- Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, *Pornografia e violenza nei mezzi di comunicazione sociali: una risposta pastorale*, Libreria Ed. Vaticana, Citt  del Vaticano 17-5-1989
- Postman Neil, *Divertirsi da morire. Il discorso pubblico nell'et  dello spettacolo*, Longanesi, Milano 1986
- Postman Neil, *Ecologia dei media*, Armando, Roma 1983
- Poupard card. Paul, *"Inter mirifica": introduzione e commento*, Piemme, Casale Monferrato 1987
- Ricciuto V. e Zeno Zencovich V., *Il danno da mass-media*, CEDAM, Padova 1990
- Rivoltella Pier Cesare, *Media education*, Carocci, Roma 2000
- Silverstone Roger, *Mediapolis. La responsabilit  dei media nella civilt  globale*, Vita e Pensiero, Milano 2009
- Soria Carlos O.P., *El laberinto informativo: una salida  tica*, EUNSA, Pamplona 1997
- Yarce Jorge, *Filosofia de la comunicaciòn*, EUNSA, Pamplona 1986
- Vázquez Francisco O.P., *Etica y deontologia de la informaciòn*, Paraninfo, Madrid 1991
- Vigan  Dario Edoardo (cura), *Dizionario della comunicazione*, Carocci, Roma 2009
- Wolf Mauro, *Gli effetti sociali dei media*, Bompiani, Milano 1992
- Zancacchi Adriano, *La sfida dei mass-media*, Ed. Paoline, Roma 1992

Fraternità Cattolica

Sulla televisione in specie:

- Aa. Vv., *Famiglia e tivù. Istruzioni per l'uso*, S.E.I., Torino 1997
- Abate Gabriella e Brunetto Beppe, *Oltre la tv. Indagine sulla televisione*, S.E.I., Torino 1996
- Agresta Salvatore e Paglia Giorgio, *L'arte di guardare la tivù e rimanere sani*, Ed. Paoline, Milano 1998
- AIART, *Carta dei diritti dello spettatore*, Roma s.d.
- AIART, *Famiglia, fai sentire la tua voce!*, Roma 1995
- Aroldi Piermarco (cura), *Il gioco delle regole. TV e tutela dei minori in sei Paesi europei*, Vita e Pensiero, Milano 2003
- Arona Daniele, *Possessione mediatica*, M. Tropea, Milano 1998
- Berrou Luc, *Les méfaits de la télévision sur nos enfants*, Avenir de la Culture, Paris 1993
- Bertolini Piero (cura), *I bambini giudici della tivù*, Guerini & A., Milano 2002
- Bonaccorso G. e Grillo A., *La fede e il telecomando. Televisione, pubblicità e rito*, Cittadella, Assisi 2001
- Carminati Giulio e Cigoli Vittorio, *L'ospite e l'invasore. Governo familiare e televisione*, ERI, Roma 1996
- Centro Internazionale Studi Famiglia, *L'ospite fisso. TV e mass-media nella famiglia italiana* (a cura di F. Casetti), Edizioni San Paolo, Cinisello Balsamo 1995
- Cortés José Angel, *Estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*, EUNSA, Pamplona 2001
- Dufaur Louis e Viano Martin, *La familia frente a la TV: recreación o destrucción?*, Fundación Argentina del Mañana, Buenos Aires 1995
- Gamaleri Giampiero, *Televisione e diritti della persona*, SEI, Torino 1996
- Gersdorff Matthias von, *Der Einfluss von Film und Fernsehen auf den Menschen*, T.F.P., Frankfurt am Mein 1997
- Giannatelli Roberto e Rivoltella Pier Cesare (cura), *Teleduchiamo. Linee per un uso didattico della televisione*, ElleDiCi, Torino 1994
- Greenfield Patricia, *Mente e media. Gli effetti della televisione, dei computer e dei video-giochi sui bambini*, Armando, Roma 1985
- Iglesias González Francisco, *La televisión dominada*, Rialp, Madrid 1990
- Lane Christopher e Melodie, *Genitori col telecomando*, Messaggero, Padova 1994
- Lurçat Liliane, *Il bambino e la televisione*, Armando, Roma 1985
- Lurçat Liliane, *La manipulation des enfants*, Editions du Rocher, Paris 2002
- Manna Elisa, *La videoindipendenza*, Edizioni Associate, Roma 1997
- Oliverio Ferraris Anna, *TV per un figlio*, Laterza, Bari 1995
- Piccinelli Enea, *Gli spettatori come soggetti della comunicazione*, AIART, Roma 1999
- Popper Karl e Condry John, *Cattiva maestra televisione*, Donzelli, Milano 1994
- RAI, *Carta dell'informazione e della programmazione a garanzia degli utenti*, D.R.E.I., Roma, marzo 1995
- Scandroglio Tommaso, *Tivù accesa, cervello spento*, ART Il Timone, Milano 2005
- Silverstone Roger, *Televisione e vita quotidiana*, Il Mulino, Bologna 2000
- Sinagra Augusto, *La disciplina comunitaria del settore televisivo*, Giuffré, Milano 2001
- Spini Sergio, *Televisione e problemi educativi*, La Scuola, Brescia 1995
- Verspieren Michel-Constant, *La télévision viol des consciences*, Téqui, Paris 1997
- Vignelli Guido, *Matrigna televisione*, SOS Ragazzi, Roma 1996
- Vignelli Guido, *Il video tentatore*, SOS Ragazzi, Roma 1998
- Winn Marie, *La droga televisiva*, Armando, Roma 1978

1 - Dallo scontro ideologico comunismo-anticomunismo al "riflusso"

Gli anni '70 in Italia furono caratterizzati dalla contrapposizione comunismo-anticomunismo. L'aggressione propagandistica rivoluzionaria aveva un contenuto fortemente ideologico (si pensi agli slogan scanditi ai cortei dell'ultra-sinistra). La Rivoluzione, nella sua fase comunista¹ agiva anche con la violenza terroristica (Brigate Rosse, Nuclei Armati Proletari, ecc.).

Per quanto violento, questo attacco della Rivoluzione aveva alcuni vantaggi per il militante contro-rivoluzionario e per chi, con intensità diversa volesse opporsi alla Rivoluzione (reazionari, conservatori, generici anticomunisti). Gli schieramenti erano chiaramente identificabili, esisteva un "fronte chiaro", di qui gli amici, di là i nemici, e di conseguenza, la tenuta psicologica era più facile.

Un modello di questa resistenza può essere certamente considerato Aleksandr Solzenicyn (1918 - 2008), che espone la sua strategia di resistenza prima di tutto psicologica al comunismo sovietico nelle memorie autobiografiche. Ogni mossa del potere comunista era immaginata come in una partita a scacchi, compreso l'arresto ed anche il possibile assassinio, e comportava una risposta (contatto con i corrispondenti dei giornali occidentali, ordine di pubblicare uno dei manoscritti già inviati all'estero). Il giorno del suo arresto (12 febbraio 1974) Solzenicyn rifiuta di firmare l'atto di accusa per "tradimento della patria socialista", per aver scritto *Arcipelago Gulag* che circolava in dattiloscritto. Una decisione programmata da tempo. Mentre, a bordo di un aereo, viene espulso e trasferito a Francoforte pensa di essere assassinato, ma sa che anche in questo caso, la sua opera continuerà grazie alle direttive impartite a familiari, amici, ed editori².

La capacità di resistenza di Solzenicyn e la sua tenuta psicologica si erano sviluppate durante gli otto anni di lager (più tre di esilio) ai quali fu condannato nel 1945. Il suo libro *Una giornata di Ivan Denisovic* descrive la resistenza quotidiana e la lotta per la sopravvivenza in un lager dell'Urss³.

2 - Il "riflusso" degli anni '80

Gli anni '80, soprattutto nella seconda metà della decade, si caratterizzano per un netto calo della pressione ideologica rivoluzionaria cominciata con la fiammata del 1968. È il "riflusso", (termine che indica, secondo il Dizionario Gabrielli, il rifluire e lo scorrere indietro dell'acqua). Pierluigi Battista ha definito gli anni '80 come «Il nuovo Termidoro che mise fine all'era della ghigliottina e del militantismo ideologico»⁴.

Mentre il sistema comunista comincia ad essere contestato apertamente dall'interno (nell'agosto 1980, a pochi dall'ascesa al Soglio pontificio del Papa polacco Karol Wojtyla, Lech Walesa guida la rivolta degli operai nei cantieri navali di Danzica) negli Stati Uniti si afferma il neo-liberismo con l'elezione alla presidenza del repubblicano conservatore Ronald Reagan (novembre 1980). In Italia il "riflusso" si caratterizza come un "ritorno al privato". Gli ideologi marxisti-leninisti del 1968 avevano teorizzato che "il privato è politico", ora la Tv lancia programmi leggeri di intrattenimento, nascono gli "eventi culturali di massa" come la mostra dei Bronzi di Riace, (l'idea soggiacente è quella di una cultura da "consumare"), si rilancia il Carnevale di Venezia. Esce il romanzo di Umberto Eco *Il nome della rosa*. Nel 1987 questo cambiamento dell'asse della cultura e dei mass-media sarà rappresentato ironicamente, ma al

¹ "Terza Rivoluzione", cfr. Plinio Correa de Oliveira, *Rivoluzione e Contro-Rivoluzione*

² cfr. Aleksandr Solzenicyn, *La quercia e il vitello*, trad. it. Mondadori, Milano 1975, pp. 443 e ss.

³ Aleksandr Solzenicyn, *Una giornata di Ivan Denisovic*, trad. it. Garzanti, Milano 1970

⁴ cfr. Pierluigi Battista, 1980. *L'anno del riflusso ci ha reso moderni* in *Corriere della Sera*, 22.11.2009

Fraternità Cattolica

tempo stesso incoraggiato, da un fortunato programma televisivo di Renzo Arbore su Raidue, *Indietro tutta*.

Il comunismo è in difficoltà anche sul piano politico. Il 14 ottobre 1980 a Torino 40 mila quadri della Fiat marciano contro i picchetti degli operai che bloccavano da settimane la fabbrica e che pochi giorni prima avevano accolto il segretario del Pci Enrico Berlinguer. È una sconfitta gravissima per il sindacalismo egemonizzato dalla componente comunista (Cgil).

Il comunismo nella versione militare e terrorista continua a colpire e nel 1980 vengono assassinati dalle Brigate Rosse, tra gli altri, il giornalista Walter Tobagi, leader di una corrente moderata della Federazione della Stampa, il generale dei carabinieri Enrico Galvaligi, ed il giurista democristiano Vittorio Bachelet, ma nello stesso anno si pente il brigatista Patrizio Peci e comincia il disfacimento delle Brigate Rosse.

Complessivamente gli anni '80 sono quelli della *de-ideologizzazione*, come si dirà con un termine entrato in voga. La Rivoluzione, allentata la pressione ideologica, si concentra sulla corrosione della sfera personale, sull'attacco *in interiore homine*. Nel 1981 viene ratificata da un referendum la legge 194/1978, che autorizza l'aborto. Nascono i gruppi "ambientalisti" (in Germania nel 1982, in Italia alle elezioni del 1985 i Verdi si presentano con il simbolo del Sole che ride). Dietro la denuncia sui danni alla natura c'è, in realtà, lo schema ideologico marxista dell'incompatibilità tra la logica del profitto capitalista ed il rispetto per l'ambiente. Movimenti come "Greenpeace" sono sostenuti dai servizi segreti di Paesi comunisti nella loro campagna contro le centrali nucleari in Occidente, ma nell'ambientalismo riappare anche il naturalismo della massoneria. «La Rivoluzione – secondo una definizione del prof. Plinio Corrêa de Oliveira – è un arciere con molte frecce nella sua faretra».

3 - L'aggressione dei mass-media e della cultura

I mass-media

Il peso dell'informazione aumenta progressivamente in una società massificata, (cioè appiattita e priva di punti di riferimento come le autorità sociali, i corpi intermedi, la comunità naturali). Domina, tra i mass-media, la Tv e la nascita delle emittenti radio-televisive private aumenta il flusso di informazione e contribuisce all'immagine di una grande pluralità.

In realtà l'enorme flusso informativo è sostanzialmente uniforme e regolato da tendenze ben radicate. Proprio un osservatore proveniente dall'Est comunista come Solzenicyn lo descrive dopo il suo arrivo in Occidente.

«C'è un altro tratto inatteso per un uomo che viene dall'Est totalitario, dove la stampa è rigidamente unificata: se si considera la stampa occidentale nel suo insieme si scopre che anch'essa presenta degli orientamenti uniformi, nella stessa direzione (quella del vento del secolo) dei giudizi mantenuti entro determinati limiti accettati da tutti (...) in Occidente, anche senza bisogno della censura, viene operata una puntigliosa selezione che separa le idee alla moda da quelle che non lo sono»⁵.

In questo contesto l'informazione che lascia traccia, cioè che diviene decisiva, è solo quella più volte ripetuta. Le altre servono a dare l'illusione del pluralismo di voci. È la *tecnica della ripetizione* (ripetere un'affermazione non vera fino a farla diventare comunemente accettata), una delle tecniche della propaganda leninista.

Inoltre, c'è ampio spazio per la *disinformazione* (in russo, *disinformatija*), attività sviluppata fino ad altissimi livelli dai servizi segreti dell'Urss e di altri Paesi comunisti.

Le principali tecniche di questa attività sono state illustrate da Vladimir Volkoff nel suo *Il montaggio*, un vero e proprio saggio mascherato da romanzo⁶.

⁵ Aleksandr Solzenicyn, *Discorso all'Università di Harvard* (8 giugno 1978) in *Un mondo in frantumi*. Supplemento al n. 10 di *Litterae Communions*, 1978

⁶ cfr. Vladimir Volkoff, *Il Montaggio*, Rizzoli, Milano 1983 pp. 54-68

La cultura

La diminuzione della pressione ideologica della Rivoluzione non ha significato tuttavia l'abbandono delle "casematte della cultura" (Gramsci) che continuano ad essere, in Italia, presidiate da un personale di formazione marxista, oppure neo-marxista (Scuola di Francoforte) oppure riconducibile all'impasto di culture gnostiche e nichiliste eredità del '68.

I centri di produzione della cultura (case editrici) e di distribuzione (si pensi al gruppo Feltrinelli: 98 librerie in Italia, 1.600 dipendenti, 470 milioni di euro nel 2009) filtrano la produzione libraria, operando una censura di fatto. Ciò avviene nonostante il fatto che la principale casa editrice (Mondadori), titolare di altri grandi marchi come Einaudi, sia di proprietà del leader del centro-destra Silvio Berlusconi.

Analogo discorso per la divulgazione. Nel cinema una delle principali case di produzione e distribuzione cinematografiche, la "Medusa film" è di proprietà di Berlusconi, ma film come *Katyn*, di Andrzej Wajda, e *Popieluszko. Non si può uccidere la speranza* non sono riusciti ad arrivare al grande pubblico o non sono neanche apparsi nelle sale cinematografiche.

4 - La tenuta psicologica

"È sconfitto solo chi si sente sconfitto"

La Rivoluzione spezza i legami sociali, *dialettizza* (contrappone artificiosamente realtà che dovrebbero essere unite), isola. Contro la sua tattica il contro-rivoluzionario deve puntare a riannodare i legami sociali a partire dalla famiglia, dalle comunità naturali e di lavoro, dalle associazioni.

La lezione fondamentale per il militante contro-rivoluzionario viene dai maestri della strategia militare: anche di fronte ad un nemico molto potente è sconfitto solo chi sente sconfitto.

Nel combattimento è di enorme importanza la tenuta psicologica di chi si batte. Nel combattimento intellettuale, la *battaglia delle idee*, che vede schierati con la Rivoluzione quasi sempre i grandi mass-media, bisogna sfuggire all'*obnubilamento del giudizio* indotto dalla pressione della propaganda avversaria.

- Selezionare la stampa, le Tv, la radio, i siti web; distinguere tra gli opinionisti - tenendo presente che anche i pochi media di tendenza conservatrice sono infiltrati da giornalisti ed opinionisti di idee apertamente rivoluzionarie - è di grande importanza per evitare lo scoraggiamento e la sensazione di impotenza.

- Privilegiare le fonti alternative di informazione rispetto ai mass-media. Autorità sociali (parroci, esponenti di famiglie note, esponenti di élites professionali) sono in grado di fornire una rappresentazione della propria realtà non deformata ideologicamente e meno superficiale di quella degli operatori professionali dell'informazione.

La volontà

A fiaccare la tenuta psicologica del militante contro-rivoluzionario può essere, oltre all'obnubilamento del giudizio, l'indebolimento della volontà che, a propria volta, può produrre l'appannamento intellettuale. Fondamentali sono la vita spirituale e l'educazione al sacrificio, essenziale uno stile di vita in contrasto con la società edonista nella quale viviamo.

L'importanza delle piccole scelte quotidiane

Dopo gli anni '80 l'impressione diffusa è che il nemico ideologico, il nemico militare (terrorismo) non ci siano più. Ciò, nonostante la presenza inquietante del terrorismo di matrice islamica. La semplificazione del quadro politico, con due grandi schieramenti (Pdl-Pd) caratterizzati da diversi punti in comune, al di là della personalizzazione dello scontro, contribuisce a creare un'immagine di appiattimento e di omologazione ed a diffondere una sensazione di smobilitazione generale. Invece un'azione di penetrazione ideologica e di intossicazione culturale continua ad essere svolta da lobbies spesso trasversali agli

Fraternità Cattolica

schieramenti politici, da Fondazioni, e da gruppi editoriali come quello de "la Repubblica - l'Espresso" del finanziere Carlo De Benedetti.

Ogni giorno vanno compiute una serie di scelte di ordine culturale, politico, economico:

- Non acquistiamo quotidiani e settimanali di sinistra, e quando il loro acquisto dovesse rendersi inevitabile per necessità di informazione, evitiamo in tutti i modi di fare loro pubblicità. Non acquistiamo libri alla Feltrinelli, alla Fnac e, più in generale, nei circuiti della grande distribuzione, che promuove i peggiori prodotti culturali e penalizzano i piccoli editori.
- Non consultiamo i siti web della stampa rivoluzionaria più aggressiva, anche il numero di contatti su Internet aiuta i mass-media, determinando i flussi pubblicitari.
- Non finanziamo con la beneficenza o con le dichiarazioni dei redditi (5 per mille, 8 per mille) organismi internazionali schierati con la Rivoluzione come l'Unicef, la Fao, l'Oms e, in generale, tutti gli organismi dell'Onu, la Croce Rossa, e le associazioni per la "ricerca scientifica" come Telethon. Preferiamo le iniziative locali, gestite da associazioni di sicuro orientamento, dove l'uso delle offerte ricevute è verificabile.
- Preferiamo il piccolo commercio alla grande distribuzione e nei supermercati scegliamo i prodotti locali.
- Non affidiamo i risparmi alle grandi concentrazioni bancarie, scegliamo banche locali, in grado di aiutare la nostra economia.

Sono alcuni esempi di piccole ma significative scelte quotidiane che mentre contribuiscono alla tenuta psicologica del militante contro-rivoluzionario attivano circuiti di solidarietà e possono avere una positiva ricaduta economica.

Bibliografia essenziale:

- Aleksandr Solzenicyn, *La quercia e il vitello*, trad. it. Mondadori, Milano 1975
Aleksandr Solzenicyn, *Discorso all'Università di Harvard* (8 giugno 1978) in *Un mondo in frantumi*, Supplemento al n. 10 di *Litterae Communionis*, 1978
Aleksandr Solzenicyn, *Una giornata di Ivan Denisovic*, trad. it. Garzanti, Milano 1970
Vladimir Volkoff, *Il Montaggio*, Rizzoli, Milano 1983 pp. 54-68)
Vladimir Volkoff, *Désinformations par l' image*, Editions de Rocher, Condé-sur-Noireau, 2001
Jean Ousset, *L' action*, Office International des oeuvres de formation civique ed d' action culturelle selon le droit naturel et chrétien, Parigi 1968
Jacques Ploncard d' Assac, *Manifeste nationaliste*, Plon, Parigi 1972

di Julio Loredó

Mi è stato proposto come tema "Plinio Corrêa de Oliveira, la militanza modello TFP". Non, dunque, un trattato teorico sulla militanza ma come, concretamente, il prof. Plinio Corrêa de Oliveira la concepiva, la viveva e la inculcava nei suoi discepoli congregati nelle Società per la difesa della Tradizione Famiglia Proprietà - TFP. Questo anche come modello per noi, cattolici contro-rivoluzionari del secolo XXI.

Plinio Corrêa de Oliveira, un combattente

Comincio col dire che noi non possiamo comprendere il prof. Plinio Corrêa de Oliveira se non teniamo in mente che egli era, fondamentalmente, un combattente.

In una riunione del 1978, che cito a memoria, egli disse, in linguaggio ovviamente spirituale e metaforico: *«Vorrei che i miei figli capissero che io sono un gladio; un gladio che spesso ha dovuto farsi rosa; un gladio che ogni tanto è diventato leone; ma un gladio che resta fondamentalmente un gladio».*

Questa combattività gli era connaturale. Rispondendo nel 1990 ad una ricercatrice dell'Università di San Paolo egli dichiarava: *«La mia vita è sempre stata, e credo che sempre lo sarà, una vita di molta lotta. Io sono abituato a lottare sin da bambino».*

La sua stessa opera intellettuale, così imponente sia come contenuto che come dimensione, va considerata a questa luce, cioè, non tanto come elaborazione di dottrine astratte, ma come parte integrante di uno sforzo militante di Contro-Rivoluzione. Per lui, le dottrine erano vere e proprie armi da guerra: *«Per chi lotta per delle idee, un argomento ha la stessa importanza di un'arma per il militare».*

Nel prologo alla sua opera più prettamente filosofica — il cosiddetto "MNF", ancora in fase di sistemazione — egli è molto chiaro: *«Dobbiamo esplicitare strumenti che ci permettano di portare avanti una Contro-Rivoluzione sempre più efficace».*

Non altro era il suo scopo come giornalista. Ecco il bilancio che egli tracciava, nel 1944, dei quasi 20 anni in cui aveva diretto il settimanale *O Legionário*: *«Il Legionário nacque per lottare. (...) Abbiamo lottato per la dottrina della Chiesa contro i torvi eccessi del nazionalismo statolatrico che aveva dominato l'Europa, abbiamo lottato contro il nazismo e il fascismo in tutte le loro varianti, abbiamo lottato contro il liberalismo, il socialismo, il comunismo. (...) Non si è levato nessuno contro la Chiesa, in nessuna parte del mondo, che non sia stato contestato dal Legionário. (...) Usciamo da questo combattimento estenuati e feriti».*

Ed ecco come spiegava le finalità di *Catolicismo*, rivista da lui ispirata nel 1951 e fino ad oggi organo dei suoi discepoli in Brasile: *«Giornale fatto da cattolici militanti e praticanti, vogliamo che esso sia un sale ben salato, una luce posta in cima al monte e ben brillante».* Era, dunque, un giornalismo militante.

Questa militanza si riflette anche nel suo stile, sia scritto che parlato, che non è affatto intellettualistico. È uno stile quasi colloquiale, carico di metafore, in cui spicca una grande ricchezza di immagini. Questo deriva dalla sua preoccupazione di trattare temi molto astratti che fossero però compresi anche dalle persone comuni. Egli aveva in vista, prima di tutto, l'apostolato contro-rivoluzionario.

Ed è per questo che, anche se le sue battaglie non sono state battaglie da Medioevo, il dott. Plinio è ricordato come il "crociato del secolo XX", titolo attribuitogli, *mirabile dictu*, da un intellettuale di sinistra, il prof. Lizâneas de Souza Lima, dell'Università di San Paolo, nella sua tesi di laurea sulla vita di questo grande leader cattolico.

Il dovere cristiano della militanza controrivoluzionaria

Questa militanza il dott. Plinio la concepiva come conseguenza diretta e necessaria della sua condizione di cattolico: «*Il cristiano non è solo un credente, egli è un soldato. Il cristiano deve necessariamente scendere nell'arena delle guerre di opinioni, difendendo con forza i nostri principi*». È ciò che, in un testo letto a nome suo nella "XXXI Reunión de amigos de la Ciudad Católica", a Madrid, nel dicembre 1992, egli chiamava "il dovere cristiano della militanza". Eccone alcuni brani:

«Per chi pretenda di seguire seriamente Nostro Signore Gesù Cristo, esiste un dovere di militanza, che comincia naturalmente da lui stesso, ma che implica l'obbligo di testimoniare Cristo davanti agli uomini, in presenza di coloro che Lo aggrediscono, in urto con quelli che si organizzano per distruggere la Sua opera di salvezza. Un dovere di militanza cristiana ineluttabile.

«Lo adempì, e quanto ammirevolmente, Maria Santissima, la Virgo Fidelis, che la liturgia canta e celebra come Colei che è 'terribile come esercito schierato a battaglia'. Il dovere esige l'eroismo nei tempi apostolici, nelle catacombe e nei colossei romani. Questo dovere impose i suoi nobili obblighi durante le invasioni dei barbari e nelle lotte contro le successive eresie che fin dall'inizio osarono assalire la Chiesa di Cristo.

«Questo dovere venne splendidamente compiuto con valenza archetipica nell'espansione medievale dell'impero cristiano, a partire dall'Europa, dalle gesta carolinge fino alle Crociate, dove fiorì quella unione armonica di eroismo religioso e di pietà combattiva che diede origine alla cavalleria cristiana.

«Questo dovere non è evaporato nelle mitiche brume di un passato medievale. È divenuto soltanto più sottile, più complesso, spesso più arduo con l'arrivo della modernità. È che anche il nemico di Cristo, della Sua Chiesa, della civiltà cristiana si è fatto più avvolgente, più definito e audace, ma anche più scaltro e tendenzioso».

Questo "nemico" audace ma scaltro non è altro che la Rivoluzione, sulla quale non credo di dover soffermarmi, visto che suppongo abbiate tutti letto *Rivoluzione e Contro-Rivoluzione*. Continua Plinio Corrêa de Oliveira:

«Di fronte a quest'opera di distruzione della Rivoluzione libertaria e egualitaria, il nostro amore verso la Chiesa, il nostro amore verso la Civiltà Cristiana, il nostro amore verso la Patria, frutti dell'amore che sale a Dio per mezzo di Maria, si trasforma in un irrinunciabile dovere di militanza controrivoluzionaria».

Ecco la "guerra" di Plinio Corrêa de Oliveira, alla quale egli conclamava i suoi discepoli a partecipare. Una "guerra" combattuta nel campo dottrinale e spirituale, con criteri e mezzi moderni. Qual'è lo scopo di questa "guerra"? Egli lo spiega nel saggio programmatico "La crociata del secolo XX", pubblicato sul primo numero di *Catolicismo* nel 1951:

«È questa la nostra finalità, il nostro grande ideale. Avanziamo verso la civiltà cristiana che potrà nascere dalle rovine del mondo moderno, come dalle rovine del mondo antico è nata la società medievale. (...) Se i nostri antenati crociati seppero morire per riconquistare il sepolcro di Cristo non vorremo noi — figli della Chiesa come loro — lottare e morire per restaurare qualcosa che vale infinitamente di più che il preziosissimo sepolcro del Salvatore, cioè il suo regno sulle anime e sulla società?»

Si tratta, dunque, di una "guerra" dottrinale e spirituale avente come finalità la restaurazione della civiltà cristiana e come ispirazione le crociate. Questa restaurazione presuppone, necessariamente, la distruzione della Rivoluzione. Donde quel *animus destruendi* che era una nota caratteristica di Plinio Corrêa de Oliveira, molto evidente, per esempio, nella sua logica di ferro. Già un suo antico professore gesuita si lamentava: «*Plinio è di un radicalismo insopportabile! Non si possono presentare le verità con tanta fermezza*»...

Ed è anche per questo che Plinio Corrêa de Oliveira non concepiva la sua opera tanto come un ordine religioso quanto piuttosto un ordine di cavalleria. Ecco come descriveva il profilo morale del militante della TFP, che definiva "versione contemporanea dello spirito del cavaliere d'altri tempi":

«Nell'idealismo, ardore; nel tratto, cortesia; nell'azione, dedizione senza limiti; in presenza dell'avversario, prudenza; nella lotta, fierezza e coraggio, e col coraggio la vittoria!»

La sorgente della combattività

Qual è la sorgente della combattività?

Per spiegarla mi avvalgo di una analisi di Plinio Corrêa de Oliveira sulla combattività dei crociati, nella quale, ovviamente, egli si identificava pienamente.

«Il crociato aveva una nozione chiarissima del valore mistico e metafisico della crociata. Egli si lanciava con impeto nella lotta per la riconquista del Santo Sepolcro di Nostro Signore Gesù Cristo perché comprendeva tutto il suo significato.

«Il crociato amava il Santo Sepolcro con tutta l'anima perché lì c'era stato il Corpo sacratissimo di Nostro Signore Gesù Cristo. Egli sapeva che in quel Sepolcro si era operata la Risurrezione. (...) Questo Sepolcro era stato espugnato dai seguaci di Maometto. Era caduto nelle mani degli avversari di Nostro Signore Gesù Cristo e della Sua Chiesa. Era necessario liberarlo a qualsiasi costo! Egli sapeva che Nostro Signore Gesù Cristo, seduto alla destra di Dio Padre in Cielo, aspettava da ogni cavaliere la determinazione assoluta di sconfiggere l'avversario: Figlio mio, vendicami! (...)

«La bellezza della Cavalleria viene dall'idea del Santo Sepolcro calpestato, profanato, infangato, in balia dei musulmani, e dal conseguente bisogno di lottare con la spada per far cessare quella malvagità. Nella grazia che animava i crociati, il Santo Sepolcro appariva sotto una luce che non era la luce comune. Il Santo Sepolcro era considerato sacro in funzione della persona di Nostro Signore Gesù Cristo. Era come se, in qualche modo, Nostro Signore vi fosse veramente presente, disprezzato e ingiuriato. (...) È proprio il brutale rifiuto della dolce misericordia di Nostro Signore Gesù Cristo da parte dei musulmani che suscita l'ira dei crociati. Davanti al fallimento della dolcezza, il crociato mette mano alla spada. E parte indignato per sconfiggere con la forza coloro che la misericordia non era riuscita a smuovere.

«Ecco la genesi psicologica di questo furore, che proviene dal modo in cui i crociati, nel Santo Sepolcro, hanno "visto" Nostro Signore Gesù Cristo in quanto offeso dai musulmani».

Il cavaliere è un contemplativo

Alla radice della combattività dei contro-rivoluzionari c'è dunque un "vedere". Non più il Santo Sepolcro calpestato dai musulmani, ma la Civiltà cristiana e la Chiesa stessa calpestate dalla Rivoluzione. Civiltà cristiana che, come scrive il prof. Plinio Corrêa de Oliveira, "vale infinitamente di più che il preziosissimo sepolcro del Salvatore". Per non parlare poi del valore assoluto della Santa Chiesa Cattolica, Corpo Mistico di Cristo.

Questo "vedere" di cui parla il dott. Plinio non ha, chiaramente, il senso attribuitogli da certe moderne filosofie fenomenologiche. È un "vedere" nel senso tomista, vale a dire una conoscenza che, però, incorpora una caratteristica decisiva: è una conoscenza entusiasmata. Il dott. Plinio usa il termine portoghese "enlevada", che non trova un'esatta traduzione in italiano. Vuol dire "rapita", "entusiasmata", "affascinata", "incantata", "meravigliata". In altre parole, si tratta di una conoscenza intellettuale accompagnata da un preciso movimento della volontà: l'amore.

Fraternità Cattolica

Per Plinio Corrêa de Oliveira, il cavaliere è un contemplativo: *«Il cavaliere ama la sublimità. Egli contempla tutto nel suo aspetto più elevato. Per questo ama le cose serie, elevate, nobili e non quelle banali e senza importanza. Per esempio, di fronte al campanile di una chiesa egli ne cercherà il significato sublime. Davanti ad un'armatura medievale, egli cercherà i suoi aspetti più elevati. Il cavaliere è naturalmente rivolto all'adorazione».*

Qui si aprirebbe una finestra, grande come l'universo, per trattare un tema centrale nell'opera di Plinio Corrêa de Oliveira: la contemplazione, vale a dire quella visione "enlevada" del creato. Il dott. Plinio parlava della "contemplazione sacrale dell'universo", che vede nella bellezza del creato un rimando alla bellezza infinita del Creatore.

Non è certo mera coincidenza che colui che ha meglio esplicitato lo spirito della cavalleria medievale, scrivendone perfino la Regola — mi riferisco chiaramente a san Bernardo da Chiaravalle e alla sua *De laude novae militiae* — dedichi tutta la seconda parte dell'opera, la più lunga, a descrivere la bellezza dei Luoghi Sacri che i cavalieri dovevano difendere. Per il Dottor Mellifluo, l'impeto bellico dei templari doveva provenire da un amore entusiasmato per questi luoghi.

«Tra tutti i luoghi santi e degni d'amore il Sepolcro ha, in un certo senso, il primo posto — dice san Bernardo — Si prova un non so ché di teneramente devoto [devotionis plus nescio quid sentitur] più dove Egli riposò da morto che dove dimorò da vivo. Il ricordo della sua morte muove a pietà più di quello della sua vita».

Amore e odio

Dalla "contemplazione sacrale dell'universo" procedono naturalmente i due sentimenti speculari che formano l'asse dello spirito del cattolico e, *a fortiori*, del contro-rivoluzionario: l'amore e l'odio. Non si può amare il vero, il bene e il bello senza, *ipso facto*, rigettare il falso, il male e il brutto. Non si può desiderare il trionfo del vero, del bene e del bello senza, *ipso facto*, agognare la distruzione del falso, del male e del brutto. Questa è l'essenza dello spirito di militanza. *L'animus destruendi* dei contro-rivoluzionari nei confronti della Rivoluzione, è direttamente proporzionale al loro amore per la Chiesa e per civiltà cristiana.

"Chi è il contro-rivoluzionario?" si domanda il prof. Plinio Corrêa de Oliveira. E risponde:

*«Contro-rivoluzionario è chi: 1) Conosce la Rivoluzione, l'Ordine e la Contro-Rivoluzione nel loro spirito, nelle loro dottrine, nei loro rispettivi metodi.
2) Ama la Contro-Rivoluzione e l'Ordine cristiano, odia la Rivoluzione e l'anti-ordine".
3) Fa di questo amore e di questo odio l'asse intorno al quale gravitano tutti i suoi ideali, le sue preferenze e le sue attività».*

Alla base della militanza del contro-rivoluzionario troviamo, dunque, un grande amore e un altrettanto grande odio. Questo va sottolineato, visto che il buonismo imperante ha cancellato dallo spirito di tante persone questa dicotomia, lasciandone solo il primo elemento, in chiave sentimentale.

Esiste una perfezione dell'odio tanto quanto esiste una perfezione dell'amore. Il Salmo 138 afferma chiaramente che, nei confronti dei nemici di Dio, bisogna dimostrare un "odio estremo":

«Oh, se gli empi, o Dio, tu sterminassi! Via da me gli uomini sanguinari, che parlano di te nella menzogna, e si levano, perfidi, contro di te! Ch'io non odii, o Signore, che ti avversa? Ch'io non detesti chi a te si ribella? Sì, io nutro per loro un odio estremo [perfecto odio oderam illos]: li ritengo nemici miei».

La decadenza del Medioevo

Per il prof. Plinio Corrêa de Oliveira il Medioevo è decaduto perché, in un certo momento, c'è stato un affievolimento dell'amore al sublime. Alcune anime-chiave che dovevano amare quella "dolce primavera della Fede" con un amore talmente eccelso da conferirgli un nuovo slancio verso perfezioni non ancora raggiunte, si sono invece intiepidite, configurando ciò che il dott. Plinio ipotizzava fosse un "peccato immenso".

Ecco l'inizio della crisi spirituale del Medioevo, come d'altronde di ogni crisi spirituale, secondo quanto insegnano i maestri. Non si comincia praticando il male, ma amando meno il bene.

Questo calo di tensione nell'amore per la Chiesa e per la civiltà cristiana determinò, *ipso facto*, un calo nell'odio ai suoi nemici e, di conseguenza, un calo nella vigilanza e nello spirito combattivo. E quel dinamismo che aveva prodotto il Medioevo ebbe una battuta d'arresto. Le stesse crociate, dopo il trionfo della prima, si arenarono in un marasma di conflitti politici e territoriali locali, invece di spingersi fino alla Mecca per assestare il colpo definitivo al potere musulmano.

La Cavalleria, in altri tempi una delle più alte espressioni dell'austerità cristiana, diventa amorosa e sentimentale, la letteratura d'amore invade tutti i paesi. Non si lotta più contro i musulmani, ma per la dama. Al tipo umano del cavaliere, austero e combattivo, succede quello dell'umanista, del letterato, del commerciante, del giocoliere... Le feste diventano sempre più frequenti e più sontuose. Le anime si staccano dall'austerità e dall'amore al sacrificio che avevano caratterizzato i vecchi tempi.

È significativo il rimprovero che, nell'Apocalisse, viene rivolto alla chiesa di Sardi, che i commentatori identificano proprio con questo periodo: "*So che tu passi per vivo ma, in realtà, sei morto. Sii vigilante!*" Le strutture della civiltà cristiana stavano ancora in piedi. Lo spirito era ormai volato via...

Venuta meno la vigilanza, smorzata la combattività, aperto il rubinetto delle umane passioni, non fu difficile alla Rivoluzione insinuarsi prima nelle anime, e poi nelle istituzioni. Si suole dire che la causa della forza del male sta nella debolezza dei buoni. Mai come in questo frangente il dettame fu più esatto.

Ecco la mollezza tutta umanista di Leone X, che nella ribellione di Martino Lutero altro non vedeva che "una baruffa tra frati". Se l'insensato monaco di Wittenberg fosse stato subito condannato e messo al bando, ci sarebbe stata una Rivoluzione protestante? Lo stesso imperatore Carlo V, ormai moribondo nel Monastero di Yuste, si rammaricava di non averlo giustiziato dopo la Dieta di Worms.

Ecco il romanticismo di Bonnie Prince Charlie (Charles Edward Stuart) che, ormai alle porte di Londra già in via di essere evacuata dai protestanti, si lascia intimidire dal falso rapporto di una spia e se ne torna nelle sue *Highlands*, solo per essere sconfitto dopo aver avuto la vittoria in pugno.

Ecco il buonismo portato all'exasperazione di Luigi XVI, che avrebbe avuto mille occasioni di fermare la Rivoluzione francese. Lo stesso Pétion (Jérôme Pétion de Villeneuve), inviato dal governo rivoluzionario per riportarlo a Parigi dopo il fallito tentativo di Varennes, davanti alle lamentele del reale prigioniero, rispose sdegnato: "*Sire, non vi lamentate. Voi avete avuto diverse occasioni per annientarci e le avete sprecate tutte*".

Ecco il disfattismo del Conte d'Artois, il futuro Carlo X, che preferì le delizie dell'esilio a Londra alle durezze del campo di battaglia, declinando di mettersi alla testa dell'*Armée Catholique et Royale* dopo la battaglia di Saumur, che aveva aperto ai vandeani la via di Parigi.

Ecco la debolezza di Carlo I d'Hapsburgo, intimidito dall'ammiraglio Horthy che si rifiutava di lasciarle il potere a Budapest, vanificando in questo modo il tentativo di restaurazione monarchica.

Fraternità Cattolica

E, per arrivare ai giorni nostri, ecco l'irrisolutezza delle autorità ecclesiastiche nel portare alle sue ultime conseguenza le condanne alla *Nouvelle Théologie*, evitando anche di colpire i suoi alfieri, in vistoso contrasto con la fermezza dimostrata da san Pio X nei confronti del Modernismo e del cattolicesimo democratico quasi mezzo secolo prima.

Il ripristino della combattività

E chiudo citando le caratteristiche che il prof. Plinio Corrêa de Oliveira elenca come note della Contro-Rivoluzione:

«L'ordine nato dalla Contro-Rivoluzione dovrà risplendere, più ancora di quello del Medioevo, nei tre punti principali in cui è stato ferito dalla Rivoluzione:

1) Un profondo rispetto dei diritti della Chiesa e del papato e una sacralizzazione, in tutta l'ampiezza possibile, dei valori della vita temporale, il tutto in opposizione al laicismo, all'interconfessionalismo, all'ateismo e al panteismo, così come alle loro rispettive conseguenze.

2) Uno spirito di gerarchia che segni tutti gli aspetti della società e dello Stato, della cultura e della vita, in opposizione alla metafisica ugualitaria della Rivoluzione.

3) Una cura costante nello scoprire e nel combattere il male nelle sue forme embrionali o nascoste, nel fulminarlo con esecrazione e con marchio d'infamia, e nel punirlo con fermezza inflessibile in tutte le sue manifestazioni, e particolarmente in quelle che attentano all'ortodossia e alla purezza dei costumi, il tutto in opposizione alla metafisica liberale della Rivoluzione e alla sua tendenza a dare libero corso e protezione al male».

Nella ferma speranza di vedere questo ordine risplendere il più presto possibile, vi ringrazio dell'invito.

Finito di stampare nel mese di Aprile 2010
composizione, impaginazione, stampa e distribuzione
Editoriale Il Giglio
Via Crispi, 36 A – 80121 Napoli
www.editorialeilgiglio.it

