

FEDERICA ONELLI

***La propaganda di guerra italiana negli Stati Uniti:
protagonisti, temi e strumenti (1915-1918)¹***

Abstract: *This essay is based on the archival series “Gli uffici della propaganda italiana all’estero 1916-1920” and “Ambasciata d’Italia a Washington 1909-1924”, stored in the Historical and Diplomatic Archives of the Italian Foreign Ministry. During the First World War the Italian Government legged behind the other belligerent Power in the file of Propaganda. A specific Ministry was only established in November 1916. In the United States the ambassador Vincenzo Macchi di Cellere was responsible for Italian propaganda. A dozen official propagandists were sent from Italy to the US to inform the American public about the Italian history and the Italian war effort, organizing conferences or publishing articles in newspapers. Macchi di Cellere did have some difficulties managing the propaganda sector. The three main problems were lack of economic resources; unclear guidelines concerning the main Italian political and diplomatic aims; Macchi’s inability to understand the real American attitude towards Italy.*

Keywords: World War I; Propaganda; Italian-American Relations.

Con lo scoppio della prima guerra mondiale comparve per la prima volta in maniera massiccia sulla scena un’arma che nei conflitti precedenti aveva giocato un ruolo abbastanza trascurabile: la propaganda. Se fino a quel momento la costruzione e la gestione dell’immagine della politica estera erano sostanzialmente passate attraverso il controllo della stampa e la diffusione di notizie sui principali quotidiani nazionali e internazionali, con l’inizio di questo nuovo conflitto incominciò a divenire necessario pianificare scientificamente l’elaborazione di un messaggio che tenesse conto delle

¹ Il presente saggio ha tratto spunto dal lavoro di riordinamento e inventariazione del fondo archivistico “Gli uffici della Propaganda italiana all’estero 1916-1920” in deposito presso l’archivio storico-diplomatico del ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale. Si ringrazia sentitamente il prof. Italo Garzia il quale, sia nella fase dell’analisi della documentazione che in quella della stesura del saggio, è stato costante punto di riferimento scientifico nonché stimolante interlocutore.

inclinazioni e delle attitudini dei diversi soggetti cui ci si rivolgeva, dentro e fuori i confini nazionali.

I governi europei presero coscienza di questa nuova realtà in tempi diversi; ovviamente si attrezzarono più rapidamente le grandi potenze che sin dall'agosto del '14 avevano schierato i propri eserciti. Già nel corso del primo anno di guerra Germania, Francia e Gran Bretagna affiancarono agli uffici che curavano i rapporti con la stampa nuovi enti incaricati di gestire la propaganda: essi avrebbero dovuto coordinare l'azione informativa, impegnarsi per veicolare notizie che mettessero in risalto i valori ideali che avevano indotto il paese a prendere le armi e al contempo sottolineare il carattere imperialista e guerrafondaio della politica della coalizione avversaria.²

Roma, scesa in campo a dieci mesi di distanza dallo scoppio del conflitto, con analogo ritardo cominciò ad occuparsi della questione della difesa e della promozione dell'immagine dell'Italia in guerra. Allo scarto temporale si associò una certa resistenza di parte dei vertici istituzionali, diffidenti nei confronti dei processi di "democratizzazione" della politica estera.³ Sin dal principio della primavera del 1915, i rappresentanti diplomatici italiani all'estero avevano fatto suonare un campanello d'allarme per segnalare che la propaganda tedesca stava attivamente operando per diffondere, soprattutto nei paesi neutrali, la rappresentazione di un'Italia traditrice e imperialista, chiedendo di conseguenza che si provvedesse per porre un argine ad una tale campagna denigratoria. Tuttavia, il governo e la consulta reagirono solo parzialmente alle sollecitazioni giunte: ponendosi sulla difensiva rispetto agli attacchi

² Per il caso tedesco si veda D. WELCH, *Germany and Propaganda in the World War I: Pacifism, Mobilization and Total War*, Londra, Tauris, 2014; e A. MONTICONE, *La Germania e la neutralità italiana 1914-1915*, Bologna, Il Mulino, pp. 90 e seg.; per la Gran Bretagna G.S. MESSINGER, *British Propaganda and the State in the First World War*, Manchester, Manchester University Press, 1992; e M. SANDERS – P.M. TAYLOR, *British Propaganda during the First World War 1914-1918*, London, Mac Millan, 1982. Per la Francia, J. ELLUL, *Histoire de la propagande*, Paris, Presse Universitaire de France, 1967, pp. 103 e seg.

³ Paradossalmente le resistenze maggiori vennero proprio dal ministero degli esteri e dal comando supremo dell'esercito, cioè da quelle istituzioni che avrebbero dovuto dare un contributo fondamentale alla costruzione dei servizi di propaganda. Cfr. L. TOSI, *La propaganda italiana all'estero nella prima guerra mondiale: rivendicazioni territoriali e politica delle nazionalità*, Udine, Dal Bianco, 1977, pp. 20-26.

ricevuti, investirono somme esigue per far comparire sui giornali esteri articoli in grado di avvalorare una differente immagine del paese, e soprattutto non si premurarono di pianificare quell'azione di diffusione "scientifica" dei messaggi che distingueva la propaganda dalla semplice azione informativa.⁴ Questo stato di cose rimase invariato almeno sino al giugno del 1916, cioè sino al momento della caduta del governo presieduto da Antonio Salandra e della formazione di un esecutivo guidato da Paolo Boselli.

Il nuovo presidente del consiglio era per suo convincimento incline a prendere provvedimenti per far sì che l'Italia si mettesse al passo con le altre nazioni belligeranti. La sua attitudine fu corroborata da una serie di fattori interni (una campagna di stampa a favore dell'istituzione di un servizio di propaganda condotta dai principali giornali della penisola, l'azione autonoma di vari gruppi irredentisti, fuori e dentro i confini nazionali, a sostegno delle rivendicazioni italiane, parziali aperture da parte del comando supremo ai nuovi sistemi di comunicazione), ma anche esterni, come il progressivo prendere piede nell'opinione pubblica dei paesi alleati dell'immagine di un'Italia intenta a combattere una *propria* guerra e poco in sintonia con il resto della coalizione, lo scarso apprezzamento per gli esiti delle operazioni militari in atto che avevano portato alla presa di Gorizia nel mese di giugno e la dichiarazione di guerra alla Germania avvenuta solo in agosto. Come conseguenza di tale stato di cose, si giunse alla fine di novembre 1916, con decreto luogotenenziale n. 1647 del 23 novembre 1916,⁵ alla costituzione di un ministero per la propaganda, affidato alla direzione del noto giurista Vittorio Scialoja.

Il dicastero fu inizialmente investito sia della propaganda interna, che di quella all'estero, senza però ottenere le risorse necessarie per far fronte ad una competenza così articolata. Oltreconfine arrivò raramente ad aprire strutture operative proprie, agendo nella maggior parte dei casi per il tramite di ambasciate e consolati. Nei paesi alleati, giudicati come il più rilevante campo d'azione da tenere presente, si mirò

⁴ Cfr. *ibid.*, pp. 16-17.

⁵ Il dicastero nasceva senza portafoglio, cioè senza risorse proprie. Per un'analisi dettagliata delle vicende che portarono all'istituzione del ministero si veda *ibid.*, pp. 37-71.

soprattutto a sottolineare le difficoltà che l'Italia stava incontrando nell'affrontare una guerra combattuta in un'area impervia come quella dolomitica, ma si tese anche a valorizzare il peso del contributo morale ed anche materiale offerto dall'Italia all'intesa con il suo consistente impegno – in uomini e mezzi – a favore della causa comune. Nei paesi neutrali si pose invece gli obiettivi di suscitare una generica simpatia per la causa nazionale e ottenere con maggiore facilità di finanziamenti e di rifornimenti di materie prime e manufatti, indispensabili per la prosecuzione della guerra.

Tra i neutri, un'importanza del tutto particolare fu attribuita agli Stati Uniti, dato l'enorme potenziale finanziario ed industriale della repubblica nord-americana. Roma fu chiamata a partecipare ad una sorta di competizione tra tutti i paesi belligeranti per vedersi riconosciuti crediti e rifornimenti, partendo purtroppo da una posizione di svantaggio: negli Stati Uniti, se forti erano i vincoli storici e culturali con la Gran Bretagna e con la Francia, se si era guardato con interesse alla prepotente crescita politica ed economica della Germania a cavallo tra '800 e '900, poco o nulla si sapeva dell'Italia. L'ambasciatore americano a Roma, Thomas Nelson Page, dopo aver assunto il suo incarico nel 1911, aveva affermato che i due paesi erano separati da “un mare di ignoranza e mutue incomprensioni”; la mancanza di conoscenza dei progressi compiuti dal giovane regno nel suo primo cinquantennio di vita era poi aggravata da un diffuso senso di insofferenza e di rifiuto verso le masse di migranti in arrivo dalla penisola.⁶

Questo essendo l'atteggiamento prevalente dell'opinione pubblica statunitense nei confronti dell'Italia, il compito di curare l'immagine del paese affidato all'ambasciatore a Washington, Vincenzo Macchi di Cellere, si presentava di non facile assolvimento. Il diplomatico, consapevole della posizione iniziale di svantaggio, era stato tra coloro che nella primavera del '15 avevano fatto suonare il già ricordato campanello di allarme nei confronti della denigratoria propaganda tedesca; aveva anche dato utili consigli su come costruire una campagna stampa che tenesse conto del particolare funzionamento del sistema informativo statunitense e sottolineato come i locali abiti mentali facessero

⁶ Cfr. D. ROSSINI, *L'America riscopre l'Italia. L'Inquiry di Wilson e le origini della Questione Adriatica*, Roma, Edizioni Associate, 1992, pp. 12 e 28; e ID., *Il mito americano nell'Italia della Grande Guerra*, Roma-Bari, Laterza, 2000, pp. 11-18.

La propaganda di guerra italiana negli Stati Uniti: protagonisti, temi e strumenti (1915-1918)

ritenere preferibile evitare che la diffusione delle notizie venisse affidata esclusivamente a comunicati ufficiali del governo, poiché in America la propaganda doveva essere responsabilità delle persone e non delle istituzioni: solo lasciando la parola a chi aveva avuto esperienza diretta della guerra – soldati che avevano preso parte alle operazioni militari o giornalisti che avessero effettivamente visitato il fronte – sarebbe stato possibile colpire l’animo quasi infantile del popolo statunitense.⁷ Queste pur semplici indicazioni non erano riuscite ad indurre il governo a prendere provvedimenti concreti, e così nel gennaio del ’17 Macchi di Cellere dovette registrare la sostanziale mancanza di progressi:

«È indubitabile che di fronte all’opinione pubblica americana, ci troviamo, in confronto alle altre nazioni, in stato di assoluta inferiorità e la nostra causa, e la nostra partecipazione alla guerra sono male apprezzate, specialmente perché sconosciute».⁸

Nel momento in cui il nuovo ministero della propaganda diveniva operativo, la strada da percorrere per giungere ad un miglioramento dell’immagine dell’Italia negli Stati Uniti appariva quindi ancora piuttosto lunga. A ciò si associò un’aggravante, in quanto proprio in quel frangente Washington si stava preparando ad entrare in guerra. Nel campo diplomatico, come anche in quello della propaganda, a breve sarebbe stato necessario rivolgersi al governo ed al popolo americani non più solo per ottenere crediti e rifornimenti, ma nella consapevolezza che gli Stati Uniti grazie alle loro ricchezze e il presidente Wilson con il bagaglio di una ideologia che intendeva rompere con le pratiche diplomatiche del passato, erano destinati ad assurgere al ruolo di protagonisti per molti versi centrali della guerra e dei futuri negoziati armistiziali e post-armistiziali. Per dirla con le parole dell’ambasciatore Macchi, essi si apprestavano a mettere “un’ipoteca usuraia sulle condizioni di pace”. Wilson, che aveva scelto di marcare la differente posizione del suo paese rispetto alle potenze dell’intesa sottolineando che

⁷ Cfr. ARCHIVIO STORICO DEL MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI (d’ora in avanti, ASMAE), Telegrammi 1915, vol. Londra - America, Arrivo - partenza (d’ora in avanti Telegrammi 1915), telegrammi in arrivo nn. 1603 e 1681 del 25 e 29 maggio 1915 e telegramma in arrivo n. 317/6317-434 del 1° settembre 1915.

⁸ JUSTUS, *Vincenzo Macchi di Cellere all’Ambasciata di Washington. Memorie e testimonianze*, Firenze, Bemporad, 1920, p. 63.

esso avrebbe combattuto al suo fianco non in qualità di alleato ma semplicemente di “associato”, come chiarì Macchi di Cellere,

«[...] alla pace [avrebbe portato] con sé il bagaglio delle sue teorie e delle sue prevenzioni. Fra le prime, la distruzione dell'autocrazia e del potere militare, il sostegno del principio di nazionalità, le rivendicazioni del diritto all'esistenza dei piccoli stati; tra le seconde, l'avversione agli ingrandimenti territoriali e il principio della libertà dei mari [...] al quale si connette il diritto degli stati a non aver precluso lo sbocco al mare».⁹

In una tale cornice ed anche in relazione al fatto che Washington non aveva per il momento dichiarato ancora guerra ad un'Austria-Ungheria considerata succube dell'imperialismo tedesco, il ministro degli esteri Sonnino intese con chiarezza come si fossero create le condizioni per mettere in serio pericolo le aspirazioni adriatiche dell'Italia,¹⁰ schiacciate da un lato dall'ideologia wilsoniana, ma dall'altro anche da una campagna propagandistica portata avanti negli Stati Uniti con crescente intensità da associazioni che avevano incominciato a muoversi per favorire la nascita di uno Stato degli Slavi del Sud; e queste ultime, nel reclamare per questo nuovo stato la terre dalmate, istriane e giuliane che erano state promesse a Roma con il patto di Londra, si richiamavano a principi che meglio si adattavano al quadro dei valori del presidente statunitense rispetto a quanto non potessero fare le rivendicazioni italiane, basate solo in parte sul principio di nazionalità e prevalentemente su esigenze di natura strategica.¹¹

Tra l'autunno e la primavera del 1917 l'insieme degli elementi sopra descritti spinse il governo, per il tramite del ministro Scialoja, ad avviare negli Stati Uniti una vera e propria campagna propagandistica che andasse oltre la pubblicazione di qualche notizia

⁹ DOCUMENTI DIPLOMATICI ITALIANI, Roma, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, 1953- (d'ora in avanti DDI), serie V, vol. 7, d. 775, *Macchi di Cellere a Sonnino*, 19 aprile 1917.

¹⁰ Cfr. DDI, serie V, vol. 7, d. 739, *Sonnino a Macchi di Cellere*, 16 aprile 1917.

¹¹ In proposito si veda il rapporto di Macchi di Cellere a Sonnino n. 568-53 del 12 febbraio 1917 (in ASMAE, Ambasciata d'Italia a Washington 1909-1924 (d'ora in avanti Ambasciata Washington 1909-1924), b. 151, f. 626 “Gli Jugoslavi negli Stati Uniti”), nel quale l'ambasciatore descriveva la costante crescita dell'azione propagandistica jugoslava negli Stati Uniti, «[...] azione che era riuscita a raggiungere lo scopo, sotto l'apparenza di un interesse slavo concordante con quello della pace e della civiltà propugnato dalle potenze dell'intesa, di diffondere presso l'opinione pubblica americana quello che in sostanza [era] un programma essenzialmente anti-italiano».

La propaganda di guerra italiana negli Stati Uniti: protagonisti, temi e strumenti (1915-1918)

sull'andamento della guerra italiana e di smentite degli attacchi diffamatori di nemici tedeschi e antagonisti jugoslavi. Non si ritenne necessario aprire un ufficio apposito, come si stava facendo in Francia e Gran Bretagna: valendosi anche dell'apporto degli addetti militari (il colonnello Emilio Guglielmotti per il regio esercito e il capitano di vascello Lamberto Vannutelli per la regia marina) l'ambasciata avrebbe continuato ad essere il principale soggetto attuatore. Ciò comportò che in questa prima fase la propaganda italiana si svolse attenendosi soprattutto ai temi suggeriti dalla consulta: agli americani bisognava far comprendere che, dal punto di vista etnico, le caratteristiche delle terre "contese" tra italiani e jugoslavi risultavano falsate dal perseverante lavoro di snazionalizzazione portato avanti dall'Austria nei decenni precedenti e inoltre che Roma, da subito, sarebbe stata disposta a riconoscere il diritto di passaggio sulle terre che avrebbe acquisite per lasciare alla Serbia ed alle altre popolazioni del retroterra adriatico l'accesso al mare e una piena libertà di commercio.¹²

A fine aprile, con un certo anticipo rispetto alle direttive in arrivo da Roma, Macchi di Cellere costituì all'interno dell'ambasciata una sezione speciale per la propaganda, rimettendone l'organizzazione a Vincenzo Falorsi, professore di italiano presso una scuola di Chicago. Come collaboratori vennero inviati dall'Italia giornalisti e studiosi buoni conoscitori della società americana e padroni della lingua inglese, incaricati di pubblicare articoli ma anche e soprattutto di tenere conferenze nelle principali città degli Stati Uniti per illustrare al pubblico locale le ragioni della scelta fatta da Roma nel maggio 1915 e le motivazioni storiche e strategiche delle sue rivendicazioni belliche.¹³ Parimenti si diede voce a personalità del mondo culturale americano

¹² Cfr. DDI, serie V, vol. 7, d. 739, *Sonnino a Macchi di Cellere*, 16 aprile 1917.

¹³ A maggio giunse negli Stati Uniti la signorina Amy A. Bernardy, figlia di un ex console americano a Firenze, di madre italiana, prima della guerra lettrice di italiano presso lo Smith College del Massachusetts, giornalista e studiosa delle condizioni delle colonie italiane negli Stati Uniti, indicata al ministro Scialoja dalla società "Dante Alighieri". Sulla figura della signorina Bernardy si veda il recente contributo di D. ROSSINI, *Donne e propaganda internazionale. Percorsi femminili tra Italia e Stati Uniti nell'età della Grande Guerra*, Milano, Franco Angeli, 2015, pp. 62-108. A luglio fu inviato l'avvocato Vittorio Orlandini, anche lui prima del 1915 residente negli Stati Uniti, sposato con la figlia di un eminente politico bostoniano e ben introdotto nell'alta società del New England. Cfr. ASMAE, *Uffici della propaganda italiana all'estero 1916-1920 (d'ora in avanti Propaganda)*, pos. 6 "Domande", f. "Orlandini Vittorio". In settembre fu la volta del professor Bruno Roselli, già titolare di una cattedra di storia

favorevoli alla causa italiana (si vedano i casi del direttore dell'American Academy di Roma, Charles Upson Clark, e dell'architetto Whitney Warren),¹⁴ sempre organizzando convegni o sponsorizzando le loro pubblicazioni. Si iniziarono inoltre ad allestire esposizioni fotografiche ed a proiettare film in molte sale cinematografiche destinati a mettere in risalto l'eroismo dei soldati italiani e le difficilissime condizioni strategiche, logistiche e climatiche del fronte sul quale essi erano prevalentemente impegnati, vale a dire su quello dolomitico.¹⁵

A simili attività, che potremmo definire routinarie, si associò un evento di natura straordinaria. A poco più di un mese di distanza dalla dichiarazione di guerra degli Stati Uniti alla Germania, i vertici governativi inviarono oltreoceano una missione guidata dal principe di Udine, Ferdinando di Savoia, della quale furono membri il senatore Guglielmo Marconi, il ministro dei trasporti Arlotta, gli onorevoli Nitti e Ciuffelli ed il sottosegretario di stato agli affari esteri Borsarelli. La delegazione, inviata con qualche settimana di ritardo rispetto ad analoghe missioni di Gran Bretagna e Francia, doveva avere un duplice scopo: in termini generali richiamare l'attenzione del pubblico americano sull'Italia; più nello specifico cercare di favorire un negoziato per la concessione da parte statunitense di aiuti non soltanto di carattere militare. L'intera operazione fu pianificata scavalcando il ministero della propaganda e senza troppo considerare alcune perplessità della consulta relative all'individuazione dei partecipanti ed alla libertà d'azione loro concessa. L'ambasciata ebbe ovviamente l'incarico di preparare il terreno ed organizzare incontri e momenti celebrativi ai quali far partecipare i nostri rappresentanti i quali giunsero a Washington il 22 maggio e fecero ritorno nel Vecchio Continente alla fine del mese di giugno dopo aver visitato le città di Atlanta,

dell'arte presso un *college* newyorchese, inserito negli ambienti universitari e giornalistici della città, presentato al ministero per la propaganda dalla Società Leonardo per la diffusione dell'alta cultura di Milano. Cfr. ASMAE, Propaganda, pos. 6 "Domande", f. "Roselli Bruno".

¹⁴ Per il professor Upson Clark si veda il carteggio dell'anno 1917 contenuto in ASMAE, Ambasciata Washington 19109-1924, b. 158, f. Propaganda. Riguardo all'architetto Whitney Warren, il ministero della Propaganda favorì la pubblicazione del suo opuscolo *L'immense effort de l'Italie*, Firenze, Nuova Antologia, 1917. Cfr. ASMAE, Propaganda, pos. 1, 1919, f. "Ufficio Propaganda. Riordinamento dell'ufficio e relazioni sull'attività dell'ufficio e degli uffici all'Estero", sf. "Riordinamento Ufficio di Propaganda: anno 1917. Repertorio dei fascicoli d'archivio".

¹⁵ Cfr. ASMAE, Ambasciata Washington 1909-1924, b. 158, f. "Propaganda", *passim*.

La propaganda di guerra italiana negli Stati Uniti: protagonisti, temi e strumenti (1915-1918)

Birmingham, New Orleans, Memphis, Burlington, Chicago, Pittsburg, New York, Boston e Philadelphia.

Commentando i risultati del *tour*, sia Macchi di Cellere che gli agenti propagandisti entrati a far parte dell'ufficio speciale dell'ambasciata espressero giudizi negativi, soprattutto per l'incapacità dimostrata dai vari componenti della delegazione partita da Roma di offrire l'immagine di una nazione coesa e disegnare in modo unanime la situazione dell'Italia belligerante e le sue aspirazioni per il dopoguerra. Mentre il principe di Udine e il senatore Marconi pronunciarono discorsi per mettere in evidenza l'eroismo e l'attitudine combattiva dei nostri soldati e la ferma volontà di ottenere la sicurezza per i confini del paese e delle sue coste,¹⁶ l'onorevole Nitti durante incontri riservati con personalità statunitensi non solo sostenne che l'Italia, se non avesse ricevuto gli aiuti richiesti, sarebbe stata impossibilitata a continuare a combattere, ma si spinse addirittura ad affermare – secondo alcune indiscrezioni – che in questo caso una parte del suo mondo politico sarebbe stata favorevole ad una transazione sulle rivendicazioni adriatiche nonché alla trasformazione dell'Italia in uno stato repubblicano. Con ciò, ovviamente, oltrepassando abbondantemente il confine che doveva distinguere l'azione di propaganda da un intervento di natura politico-diplomatica.

Al di là di qualche successo di pubblico, quindi, la missione non apportò particolari benefici alla causa nazionale, anzi a detta dell'ambasciatore Macchi costrinse il suo ufficio ad un'azione di vigilanza e neutralizzazione degli effetti negativi che avrebbero potuto prodursi nel caso in cui le poco "diplomatiche" affermazioni di Nitti avessero trovato spazio sulle pagine dei giornali statunitensi¹⁷ mettendo in evidenza un contrasto che incominciava a delinearsi all'interno del mondo politico italiano sulla maniera nella quale dovevano essere impostati i rapporti con l'associato americano specie riguardo ai temi della questione adriatica. Per il momento si era trattato tuttavia solo di una

¹⁶ Cfr. A.A. BERNARDY – V. FALORSI, *La questione adriatica vista d'oltre Atlantico (1917-1919). Ricordi e documenti*, Bologna, Zanichelli, 1923, p. 192.

¹⁷ Sulla missione si vedano: JUSTUS, *Vincenzo Macchi di Cellere*, cit., p. 67 e seg; BERNARDY – FALORSI, *La questione adriatica*, cit., pp. 10 e seg; TOSI, *La propaganda italiana all'estero*, cit., pp. 114 e seg. Meno critico l'approccio di A. MONTICONE, *Nitti e la Grande guerra*, Milano, Giuffrè, 1961, pp. 59-88.

parentesi circoscritta poiché, ripartito il principe di Udine con il suo seguito, l'impostazione "sonniniana" tornò ad essere la linea guida del gruppo di propagandisti dell'ambasciata, i quali si preoccuparono adesso soprattutto di convincere l'opinione pubblica ed il governo statunitensi del fatto che l'Austria-Ungheria andava considerata come uno stato nemico alla stregua della Germania, che non sarebbe stato possibile indurla ad una pace separata e che era necessario che Washington dichiarasse quanto prima guerra anche a Vienna, cosa che fino a quel momento non aveva ancora fatto.¹⁸

Per il raggiungimento di tale obiettivo, centrato il 7 dicembre del 1917, più della propaganda orchestrata da Macchi di Cellere poté la disfatta di Caporetto. Già dal principio dell'autunno il presidente Wilson aveva cominciato a dubitare dell'effettiva possibilità di spingere Vienna ad abbandonare Berlino; e a ciò si aggiunse la necessità di sostenere l'Italia in un momento di estrema difficoltà, e così il 7 dicembre si arrivò alla dichiarazione di guerra statunitense all'Austria Ungheria. A circa un mese di distanza si registrò poi l'enunciazione da parte di Wilson dei ben noti Quattordici punti, manifesto contenente le linee guida del programma di pace americano. All'analisi della portata politica dei due eventi l'ambasciatore Macchi dedicò una serie di telegrammi e rapporti, tra la metà di dicembre del 1917 e la fine di gennaio dell'anno successivo. Guardando all'aspetto propriamente diplomatico era innegabile che la sempre più chiara volontà americana di influire sulle sorti della guerra e della pace avrebbe comportato per Roma un aumento notevole del rischio di non riuscire a realizzare le proprie aspirazioni adriatiche, poiché il legame stabilito dallo stesso Wilson tra la definizione dei confini italiani ed il sistema della Lega delle Nazioni (punti IX e XIV)¹⁹ implicava il superamento del concetto di sicurezza strategica e la rinuncia, da parte di Roma, alle terre etnicamente non italiane. Sonnino incaricò l'ambasciatore a Washington di chiarire che la costituzione della lega non poteva in alcun modo essere considerata dall'Italia garanzia sufficiente per la propria sicurezza,²⁰ senza però tenere conto del fatto che ai

¹⁸ Cfr. JUSTUS, *Vincenzo Macchi di Cellere*, cit., pp. 61 e seg. e BERNARDY – FALORSI, *La questione adriatica*, cit., pp. 27 e seg.

¹⁹ Cfr. DDI, serie V, vol. X, d. 120, *Macchi di Cellere a Sonnino*, 21 gennaio 1918..

²⁰ Cfr. DDI, serie V, vol. X, d. 129, *Sonnino a Macchi di Cellere*, 23 gennaio 1918.

vertici del governo il nuovo presidente del consiglio Orlando, chiamato a palazzo Braschi al posto di Boselli proprio nei giorni di Caporetto, aveva cominciato a dare segnali della sua preferenza per una linea diplomatica alternativa rispetto a quella portata avanti dal ministro degli esteri, una linea diplomatica che almeno nelle apparenze appariva più aperta al dialogo con la Serbia e con le popolazioni slave soggette all'Austria-Ungheria. Tale atteggiamento, ovviamente, minava la solidità dell'edificio sonniniiano.

Il quadro che si era venuto a comporre tra Caporetto, la dichiarazione di guerra statunitense all'Austria Ungheria e l'enunciazione dei Quattordici punti ebbe delle ripercussioni anche nel settore della propaganda. Innanzitutto con la costituzione del nuovo ministero Orlando, avvertendosi urgente la necessità di rinvigorire questo settore dell'attività governativa, si decise di sostituire il ministero guidato da Scialoja con due strutture, una per la propaganda interna e l'altra per la propaganda all'estero. Quest'ultima assunse le vesti di sottosegretariato del ministero dell'interno (R.D. n. 1817 del 1° novembre 1917) e alla sua guida fu posto un fedelissimo di Orlando, il deputato perugino Romeo Gallenga Stuart. Entrambe queste scelte – tipo di struttura e titolare – stavano a dimostrare la volontà del presidente del consiglio di esercitare un maggior controllo sul settore della propaganda. Nel giro di qualche mese le nuove direttive governative si manifestarono con l'appoggio, seppur informale e strumentale, dato all'organizzazione del congresso di Roma delle nazionalità oppresse dell'Austria-Ungheria che si svolse tra il 7 e l'11 aprile del '18. Al termine di questa adunanza i rappresentanti delle diverse etnie riaffermarono il diritto all'indipendenza ed all'autodeterminazione e, con gli italiani, riconobbero il comune interesse a spezzare il giogo asburgico e si impegnarono a risolvere amichevolmente le controversie territoriali che dovessero verificarsi in futuro nei rapporti tra Roma ed il costituendo Regno degli Slavi del Sud in modo da lasciare integri gli interessi vitali delle due nazioni.²¹

²¹ Per le vicende relative alla formazione del sottosegretariato, alla scelta di Gallenga ed al carattere strumentale assegnato da Orlando alla politica di apertura nei confronti delle nazionalità oppresse dell'Austria Ungheria, si veda TOSI, *La propaganda italiana all'estero*, cit., pp. 152-156. Sul congresso di Roma, *ibid.*, pp. 183 e seg.

I cambiamenti che si erano verificati in Italia tra il novembre del 1917 e l'aprile del 1918 produssero delle conseguenze, seppur con tempi più diluiti, anche nell'organizzazione e gestione della propaganda negli Stati Uniti. Dopo Caporetto e la dichiarazione di guerra americana all'Austria-Ungheria l'ambasciatore Macchi aveva segnalato a Roma i toni montanti della campagna anti-italiana condotta dagli jugoslavi, alla quale si era affiancata anche la voce di alcuni gruppi albanesi e greci a loro volta contrari ai piani di esclusivo controllo strategico italiano in Adriatico divenuti ormai noti all'opinione pubblica internazionale a seguito della pubblicazione del testo del patto di Londra da parte dei bolscevichi. Il nostro rappresentante si era rivolto sia al nuovo responsabile per la propaganda Gallenga, al quale aveva richiesto di incrementare i fondi assegnati al suo ufficio,²² sia al ministro Sonnino, offrendo un'analisi più dettagliata di quanto si era fatto sino ad allora e di quanto si riteneva necessario fare nel prossimo futuro:

«All'epoca della nostra entrata in guerra – aveva scritto – quando l'America era neutrale, la stampa e la propaganda tedesca si sforzarono di far apparire la nostra azione mossa da sentimenti egoistici di tornaconto e di ambizioni espansionistiche. La stampa e la propaganda jugoslava [...] hanno costruito su queste imputazioni nemiche il castello dell'imperialismo italiano nell'Adriatico. Wilson, nelle sue dichiarazioni precedenti all'entrata in guerra degli Stati Uniti e in quelle susseguenti ha per contro esaltato il valore morale della guerra, la necessità che le sue aspirazioni siano pure e generosi i suoi fini. L'opera nostra, intesa a rivendicare di fronte al pubblico la verità storica e il diritto italiano è rimasta in parte paralizzata da deficienza di mezzi opportuni, mentre a quella ufficiale, necessariamente costretta in limiti determinati, si è opposta e si oppone dagli avversari una campagna vasta ed audace. A ciò conviene porre rimedio. L'influenza degli Stati Uniti alla conferenza della pace per il riassetto delle cose europee non può stimarsi abbastanza. I governanti americani d'altra parte ubbidiscono forse più che altrove alla volontà popolare che essi magari si foggiano. Convincere l'opinione pubblica americana della purezza, del disinteresse e della legittimità della nostra causa si presenta quindi come coefficiente necessario del successo finale. Se finora, per

²² Un estratto del telegramma di Macchi di Cellere a Gallenga è riportato in JUSTUS, *Vincenzo Macchi di Cellere*, cit., p. 96. La versione integrale, che testimonia del carattere succinto della comunicazione, è invece reperibile in ASMAE, Archivio Politico Ordinario e di Gabinetto 1915-1918, b. 191, f. 1, allegato n. 5 al rapporto di Macchi di Cellere a Sonnino n. 3653/374, del 14 dicembre 1917.

mancanza di mezzi disponibili non si è potuto opporre alla propaganda avversa una propaganda adeguata ogni ulteriore indugio da parte nostra potrebbe riuscire di grave danno [...] Dalla opportuna e sagace impostazione delle nostre rivendicazioni nel sistema teorico nel quale Wilson delinea la guerra e al quale questo popolo crede profondamente e dall'accorta diffusione di queste stesse rivendicazioni, le nostre ragioni e i nostri diritti troveranno qui, è lecito credere, valido riconoscimento ed appoggio. Potranno accompagnarle, altrimenti diffidenza e sconoscenza».²³

È facile immaginare come il giusto consiglio di «impostare le rivendicazioni italiane nel sistema teorico nel quale Wilson delineava la guerra» ben difficilmente si sarebbe potuto coniugare con la rigidità dell'approccio diplomatico sonnino ma Macchi, invece di rilevare l'incongruenza, si volle nutrire di un'illusione: maturò la convinzione che Wilson avrebbe alla fine rinunciato al suo progetto di creare una Lega delle Nazioni e che quindi avrebbe riconosciuto l'esigenza di Roma di avere confini strategicamente sicuri.²⁴ L'essere riuscito a dare vita ad una Italian American Society, alla quale avevano aderito eminenti personalità politiche, giornalisti, finanziari ed esponenti delle professioni liberali statunitensi²⁵ e poi le manifestazioni celebrative svoltesi in molte delle principali città degli Stati Uniti in occasione del terzo anniversario dell'ingresso in guerra dell'Italia ad alcune delle quali aveva per altro partecipato lo stesso Wilson, confermarono l'ambasciatore nella sua illusione, spingendolo ad affermare che sussisteva oramai tra Roma e Washington un'unione stretta e sincera, il cui beneficio si sarebbe avvertito soprattutto dopo la conclusione della guerra.²⁶

²³ DDI, serie V, vol. 9, d. 711, *Macchi di Cellere a Sonnino*, 14 dicembre 1917.

²⁴ Cfr. ASMAE, Archivio Politico e Ordinario di Gabinetto 1915-1918, b. 191, f. "Stati Uniti d'America 1918 (Rapporti, telegrammi, dispacci)": estratti di telegrammi dal 16 gennaio al 14 aprile 1918, in particolare estratto del telegramma n. 943/84 del 14 aprile. Macchi tornò a dirsi sicuro della disponibilità di Wilson a riconoscere l'esigenza italiana di avere confini strategicamente sicuri in caso di mancata costituzione della Lega delle Nazioni anche dopo la firma degli armistizi del novembre 1918. Cfr. JUSTUS, *Vincenzo Macchi di Cellere*, cit., pp. 173-174.

²⁵ Cfr. DDI, serie V, vol. 9, d. 375, *Macchi di Cellere a Sonnino*, 11 marzo 1918 e JUSTUS, *Vincenzo Macchi di Cellere*, cit., pp. 97 e 98.

²⁶ Cfr. JUSTUS, *Vincenzo Macchi di Cellere*, cit., p. 99; e DDI, serie V, vol. 10, d. 756, *Macchi di Cellere a Sonnino*, 28 maggio 1918, dove Macchi di Cellere parla anche di un'opinione pubblica americana ormai "convertita" alla causa italiana.

In ogni caso né le rigidità di Sonnino né gli entusiasmi di Macchi potevano dirsi in sintonia con la descritta strategia di Orlando e di Gallenga, mirante a perseguire strumentalmente la ricerca di un'intesa con le popolazioni soggette all'Austria-Ungheria;²⁷ da Roma si cominciò quindi ad agire per sottrarre la gestione della propaganda italiana in America al capo della rappresentanza diplomatica: nei primi mesi del 1918 vennero inviati nuovi propagandisti ufficiali, personaggi molto vicini al sottosegretario Gallenga e al presidente Orlando i quali non sempre risultarono graditi all'ambasciatore e al gruppo dei suoi collaboratori.²⁸ Ma il vero momento di svolta si ebbe all'inizio di luglio con la nomina di un nuovo responsabile per l'azione di propaganda da svolgere negli Stati Uniti, il deputato e giornalista Giuseppe Bevione. Bevione era giunto negli Stati Uniti alla fine di giugno, alla guida di una missione del ministero dell'aeronautica. Lì fu contattato dal sottosegretario Gallenga che gli offrì, con il benestare del presidente del consiglio, la direzione dell'intero comparto della propaganda. Nella lettera d'incarico Gallenga specificava che si sarebbe dovuto costituire a New York un nuovo ufficio –sul modello di quelli già operanti a Londra, Parigi e Berna – che sarebbe stato battezzato “Information Bureau” per allontanare il sospetto che intendesse svolgere un'azione di pura e semplice “propaganda”. Nella

²⁷ Cfr. BERNARDY-FALORSI, *La questione adriatica*, cit., pp. 50-57. Gli autori descrivono vividamente come si manifestarono negli Stati Uniti gli attriti tra la linea del presidente del Consiglio/sottosegretario per la Propaganda e quella del ministro degli esteri riguardo ai rapporti tra deliberazioni del congresso di Roma e patto di Londra.

²⁸ Nelle memorie di Macchi di Cellere, curate dalla sua consorte, si riferisce che le persone inviate dopo Caporetto non sempre erano all'altezza del compito assegnato. Cfr. JUSTUS, *Vincenzo Macchi di Cellere*, cit., p. 97. È comunque facile presumere che il giudizio poco lusinghiero fosse in parte legato al fatto che costoro avrebbero dovuto introdurre oltreoceano i nuovi temi della propaganda italiana, non graditi all'ambasciatore. Tra i personaggi giunti negli Stati Uniti al principio del 1918 si possono ricordare il tenore Francesco Guardabassi, arruolato nell'esercito con il grado di capitano ed amico personale di Gallenga, in America sin dal mese di gennaio; il tenente Roberto De Violini, inviato ad aprile; nello stesso mese giunse il professor Ettore Cadorin, scultore e già lettore di italiano presso la Columbia University di New York. Dopo l'estate furono affidate delle missioni speciali al tenente Camillo De Carlo, medaglia d'oro al valor militare, segnalato dal responsabile del servizio di propaganda del comando supremo, Ugo Ojetti; al capitano Pietro Tozzi ed al sottotenente Alberto Pecorini, incaricati dal presidente del consiglio Orlando di affiancarsi al signor C.E. Merriman, scelto da Wilson per organizzare la propaganda statunitense in Italia. Cfr. ASMAE, Propaganda, pos. 5 Spese, fascicoli personali intestati ai vari personaggi nominati; per la missione Tozzi-Pecorini si veda anche TOSI, *La propaganda italiana all'estero*, cit., p. 230, n. 56, e ASMAE, Ambasciata Washington 1909-1924, b. 158, f. “Propaganda”, telegramma in partenza s.n. Bevione a Gallenga del 12 novembre 1918.

nuova sede Bevione avrebbe dovuto richiamare tutti gli agenti che erano stati inviati dal sottosegretariato, per vedere poi chi trattenere a New York e chi inviare in altre parti della confederazione. Veniva anche annunciata la possibilità di aumentare in modo consistente le dotazioni di fondi concesse fino a quel momento. Paradossalmente, poi, il sottosegretario parlava di un'azione che si sarebbe dovuta svolgere attenendosi alle direttive politiche stabilite dalla regia ambasciata. Bevione, nell'accettare l'incarico, definì l'intesa stabilitasi fino a quel momento con Macchi di Cellere completa, e giudicò molto utile il lavoro da lui compiuto sino a quel momento, ma il quadro di assoluta concordia che veniva in questo modo rappresentato poteva trovare agevole spiegazione nel fatto che Bevione e Gallenga per comunicare tra loro dovevano far ricorso all'ufficio telegrafico ed ai cifrari della regia ambasciata e che quindi l'utilizzo di formule di cortesia risultava pressoché obbligatorio. Era in ogni caso chiaro a tutti i protagonisti il fatto che la creazione del nuovo ufficio era legata all'insoddisfazione della presidenza del consiglio per il modo in cui veniva gestita la propaganda negli Stati Uniti.²⁹

Il primo passo compiuto da Bevione fu quello di raccogliere informazioni sulla reale struttura degli uffici in quel momento operanti negli Stati Uniti. Decise poi di installare la sede del suo ufficio a Washington, in un'ala dell'edificio dell'ambasciata dove Macchi di Cellere avrebbe conservato i suoi collaboratori per occuparsi dei rapporti "squisitamente politici" con le autorità di governo, mentre a lui sarebbe stata affidata la direzione dell'azione di propaganda nella capitale e il coordinamento dell'azione affidata agli uffici decentrati che, se come quello di New York dove sin dall'aprile Macchi si era valso dell'operato dell'inviato del «Corriere della Sera» Felice Ferrero, oppure di Chicago dove il console Bolognesi era divenuto un punto di riferimento per l'azione di propaganda per l'intero Mid West, avevano svolto un lavoro assai positivo,

²⁹ Cfr. JUSTUS, *Vincenzo Macchi di Cellere*, cit., p. 105; BERNARDY-FALORSI, *La questione adriatica*, cit., p. 58.

in altri casi come quello di San Francisco, Filadelfia e New Orleans si era registrata un'attività assai modesta.³⁰

Nel programma di azione fatto proprio da Bevione la direzione e il coordinamento dei vari uffici sarebbero dovuti divenire ben più efficaci e stringenti di quanto non fosse avvenuto sino a quel momento: ogni agente propagandista avrebbe dovuto far pervenire con cadenza mensile all'ufficio centrale, cui spettava il compito di stabilirne l'approvazione finale, un elenco delle conferenze in calendario unitamente ad un sommario degli argomenti che vi sarebbero stati trattati e, dopo di questo, ad essi si chiedeva anche di produrre un resoconto dell'attività effettivamente svolta, un elenco delle località visitate, informazioni sul numero delle persone presenti ad ogni singolo appuntamento, nonché una raccolta degli articoli della stampa locale dedicati alle singole manifestazioni.³¹

Questo nuovo approccio mirava ad aumentare l'efficienza e la produttività dei diversi conferenzieri, per cercare di investire capillarmente anche i centri più piccoli della confederazione sino ad allora trascurati, ma importanti nei processi di formazione dell'opinione pubblica. Sempre per incrementare il numero di soggetti raggiunti dal messaggio italiano di propaganda, l'Italian Bureau of Public Information dalla fine di agosto riuscì a dar vita a due diverse iniziative editoriali: un foglio di notizie quotidiano ed una rivista settimanale, dal titolo «Italy today» che veniva stampata in settemila copie e distribuita nelle principali città del paese.³²

La capillarità fu solo uno degli obiettivi fissati dal direttore dell'Italian Bureau: parallelamente egli si ripropose infatti di guadagnare visibilità, cioè di organizzare o prendere parte a manifestazioni che assumessero un particolare risalto agli occhi

³⁰ Cfr. ASMAE, Ambasciata Washington 1909-1924, b. 158, f. "Propaganda", telegramma n. 1149 del 5 luglio 1918.

³¹ Cfr. ASMAE, Ambasciata Washington 1909-1924, b. 190, f. 926 "Bevione": comunicazioni ai conferenzieri nn. 699 P, 1064, 1243 del 29 agosto, 11 e 16 settembre 1918. In ASMAE, Propaganda, Uffici USA, b. 2, f. 17 "Italian Bureau of Public Information in the USA". Allegato n. 17 bis. Attività del s. tenente [Vittorio] Orlandini durante il mese di settembre" è contenuto un esempio delle relazioni mensili che i propagandisti inviavano all'ufficio centrale.

³² Cfr. MINISTERO DELL'INTERNO, SOTTOSEGRETARIATO PER LA PROPAGANDA ALL'ESTERO E PER LA STAMPA, *La propaganda all'estero dal novembre 1917 al dicembre 1918*, Roma, Industria grafica nazionale, 1918, pp. 31-32.

dell'opinione pubblica americana. Poco dopo il suo arrivo a Washington, il 21 luglio, Bevione pensò di aver trovato una tale opportunità nell'annunciata quarta campagna organizzata dal governo statunitense per la raccolta di fondi da destinare allo sforzo bellico, nota sotto il nome di *Liberty Loan*. Il comitato organizzatore si era rivolto ai rappresentanti dei paesi dell'intesa per chiedere assistenza, promettendo di assegnare a ciascuno di essi una giornata di celebrazioni particolari. Per l'Italia fu non casualmente previsto il 12 ottobre, il *Columbus Day*. Bevione non tardò ad offrire la propria adesione all'iniziativa, convinto di poter in questo modo offrire al pubblico americano un'immagine gloriosa soprattutto dell'esercito del suo paese. Nel telegrafare a Gallenga, egli fece un lungo elenco di tutto ciò che riteneva essere necessario per ottenere un tale risultato: prevede in particolare che alla prevista manifestazione prendessero parte alcune compagnie di bersaglieri e di alpini, la banda dei carabinieri, che potessero sfilare alcuni pezzi di artiglieria pesante catturati al nemico, motoscafi ed imbarcazioni della regia marina, rappresentanti delle diverse armi che avessero compiuto imprese degne di menzione accompagnati da eminenti personalità che potessero descriverne le gesta. Chiese anche, com'era prevedibile, un incremento dei fondi a disposizione del suo ufficio per evitare che quanto organizzato dall'Italia sfigurasse a confronto con ciò che avrebbero fatto gli altri paesi dell'intesa.

Detto questo, occorre anche sottolineare che i problemi che Bevione si pose non furono solo di carattere organizzativo o anche di "visibilità" della causa italiana, ma toccarono anche e soprattutto la possibilità di utilizzare tematiche differenti rispetto a quelle prevalse durante la gestione Macchi di Cellere. La rivista «Italy today», ad esempio, si sforzò di indurre il lettore americano ad andare oltre l'immagine stereotipata di un'Italia fatta solo di antiche tradizioni e magnifici paesaggi o, ancor peggio, conosciuta unicamente come serbatoio di mano d'opera scarsamente qualificata, mirando invece a far conoscere tutte le conquiste conseguite da un paese moderno e creativo nei più diversi ambiti: da quello dell'agricoltura e dell'industria, a quello dei servizi sanitari, del sistema finanziario e della ricerca scientifica. Si pose al contempo l'accento sull'attitudine di fiducioso ottimismo verso il futuro che animava la società

italiana, un ottimismo alimentato dagli ulteriori traguardi che sarebbero stati raggiunti una volta vinta la guerra. Spazio fu anche lasciato agli sforzi che si stavano compiendo per favorire il progresso tecnico e civile del paese, ma anche per promuovere il diffondersi dei valori di democrazia e pluralismo nelle colonie e nei territori comunque soggetti all'influenza italiana. Molti degli articoli pubblicati sulla rivista cercavano, in buona sostanza, di ampliare il terreno di incontro e confronto italo-americano non limitandolo al solo ambito politico-diplomatico, ma ricomprendendovi anche questioni di natura sociale, economica e culturale.³³

Entro questo quadro non poteva ovviamente essere trascurato il tema della presenza italiana in terra statunitense: il Bureau di Washington invitò in più occasioni i suoi conferenzieri a non trascurare le comunità italiane, ma a cercare con esse momenti di incontro in occasione dei quali bisognava stimolare il sentimento di orgoglio patrio, un sentimento che avrebbe certamente indotto l'opinione pubblica statunitense a considerare con maggior rispetto sia le comunità dei migranti sia la loro terra d'origine.³⁴

A questi temi, che presentavano non pochi elementi di novità rispetto al passato, si accompagnò l'invito ad utilizzare una differente modulazione rispetto a temi che, al contrario, erano stati già precedentemente utilizzati: nell'esaltare l'eroismo dell'esercito italiano non bastava più fare riferimento alle terribili condizioni climatiche e ambientali nelle quali i nostri reggimenti stavano combattendo né alla superiorità, in uomini e mezzi, del potenziale bellico dell'avversario austro-ungarico, era necessario invece sottolineare che anche nei momenti di maggiore difficoltà i soldati italiani avevano combattuto senza il sostegno materiale delle nazioni alleate ed associate;³⁵ bisognava inoltre far rilevare che l'Italia aveva inviato molti dei suoi uomini a combattere sia in

³³ I primi cinque numeri editi della rivista si trovano in ASMAE, Propaganda, Uffici negli USA, b. 1, f. 2 "Italian Bureau of Public Information in the USA. Allegato n. 2. «Italy today» (Saggio dei primi 5 numeri)".

³⁴ Cfr. ASMAE, Ambasciata Washington, b. 190, f. 926 "Bevione", comunicazione ai conferenzieri n. 1064, 1243 dell'11 settembre 1918.

³⁵ Cfr. ASMAE, Ambasciata Washington 1909-1924, b. 190, f. 926 "Bevione", comunicazione ai conferenzieri n. 699 P del 29 agosto 1918.

La propaganda di guerra italiana negli Stati Uniti: protagonisti, temi e strumenti (1915-1918)

Francia che in Palestina,³⁶ cioè su fronti molto distanti da quelle che erano le aree di interesse strategico e politico di Roma. Entrambi questi argomenti dovevano essere spesi nella partita diplomatica che l'ambasciata giocò per ottenere l'invio di rinforzi americani sul fronte del Piave.³⁷

Ma, come è facile immaginare, il tema che maggiormente impegnò l'azione di Bevione fu quello relativo alle rivendicazioni italiane in Adriatico che, accolte dagli alleati dell'intesa, non erano state tuttavia mai riconosciute dagli Stati Uniti. Bevione, contrariamente a quanto era accaduto nel passato, non affidò alla penna di un suo collaboratore le istruzioni da impartire su tale tema ai suoi conferenzieri, ma ad essi volle rivolgersi in prima persona specificando quale doveva essere la maniera di affrontare la questione durante i loro interventi in pubblico:

«Ritengo – scrisse – che possa tornare di utilità il conoscere con precisione qual è la politica del r. governo nelle questioni relative ai rapporti italiani con le nazionalità soggette all'Austria in genere e con la nazionalità jugoslava in particolare. La politica ufficiale italiana in questo campo è nettamente stabilita dal patto di Roma, che ebbe il pieno riconoscimento del nostro governo. Sarà bene che la S.V. si richiami alle varie dichiarazioni che costituiscono col loro insieme il patto di Roma [...]. Per quanto riguarda gli jugoslavi la politica ufficiale italiana è la seguente: 1) riconoscimento dell'unità jugoslava; 2) affermazione del principio di nazionalità come supremo regolatore della pertinenza politica dei territori posti sull'Adriatico; 3) rinvio delle delimitazioni territoriali. Conseguenza che il patto di Londra [...] è lasciato fuori discussione dal patto di Roma [...]. La linea di condotta alla quale il r. ministero degli esteri fermamente si attiene è di considerare assolutamente fuori discussione il patto di Londra. In queste condizioni i conferenzieri devono astenersi dal fare dichiarazioni ed accenni che implicino convenienza o possibilità di modificazioni da parte dell'Italia al patto di Londra. D'altra parte è da sconsigliarsi una difesa espressa e specifica del patto di Londra per quanto riguarda l'Adriatico per le interpretazioni meno favorevoli cui essa qui potrebbe dar luogo [...]. Ciò che si può e si deve abilmente spiegare a diretta ed efficace difesa dei nostri diritti in Adriatico, è la profonda inferiorità difensiva della nostra costa in confronto con la orientale; [...] tranne il corollario

³⁶ Cfr. MINISTERO DELL'INTERNO, SOTTOSEGRETARIATO PER LA PROPAGANDA ALL'ESTERO E PER LA STAMPA, *La propaganda all'estero dal novembre 1917 al dicembre 1918*, cit., p. 33.

³⁷ Sulla questione dell'invio di truppe statunitensi al fronte italiano si veda F. ONELLI, *La Francia e la preparazione politico-diplomatica dell'offensiva di Vittorio Veneto*, in «Rassegna Storica del Risorgimento», 2, 2004, pp. 202-219.

di un assetto definitivo dell'Adriatico che rispettando tutti i diritti delle nazionalità e il patto di amicizia concluso con gli slavi in Campidoglio, garantisca la sicurezza delle sue frontiere all'Italia».³⁸

Il lavoro preparatorio compiuto da Bevione nei primi due mesi di incarico non ebbe modo di tradursi in atto poiché a Roma, tra agosto e la prima metà di settembre, si consumò un accesissimo scontro fra Sonnino e Gallenga originato dall'insofferenza della consulta nei confronti della politica di vicinanza tra Italia e popoli slavi che era divenuta la bandiera del sottosegretariato. Al termine di questo confronto, durante il quale il presidente del consiglio Orlando aveva evitato di prendere esplicita posizione contro il sottosegretariato ma in buona sostanza si era schierato in favore di Sonnino, il ministro degli esteri riuscì ad imporre il proprio punto di vista, determinando un'altra oscillazione del pendolo della nostra propaganda all'estero.³⁹ Anche negli Stati Uniti si dovette tornare ad impostare l'azione di comunicazione sulla difesa ad oltranza delle rivendicazioni adriatiche e Bevione, pur se non destituito, si ritrovò a giocare un ruolo di secondo piano. Nell'organizzazione delle manifestazioni per il *Columbus Day* e per il *Liberty Loan*, iniziativa sulla quale Bevione aveva investito molte energie ed entusiasmi, Macchi di Cellere tornò ad essere il principale punto di riferimento, scegliendo di eleggere a principale evento della giornata del 12 ottobre una manifestazione nella città di New York durante la quale venne data lettura di messaggi inviati dal re Vittorio Emanuele, dal presidente del consiglio Orlando e dal capo di stato maggiore Diaz.⁴⁰ Caso ancor più eclatante, durante una riunione del consiglio dei ministri alla metà di settembre si decise di intensificare l'azione di propaganda negli Stati Uniti con l'invio di una missione composta da eminenti personalità delle terre

³⁸ ASMAE, Ambasciata Washington 1909-1924, b. 190, f. 926 "Bevione", allegato alla lettera di Bevione all'ambasciatore Macchi di Cellere n. 638P del 28 agosto 1918.

³⁹ Cfr. TOSI, *La propaganda italiana all'estero*, cit., pp. 197-214.

⁴⁰ È possibile ipotizzare che Macchi di Cellere scelse di rivedere i programmi di gloriose parate militari fatti da Bevione per l'impossibilità di investire grosse somme di denaro: negli Stati Uniti non giunsero i magnifici battaglioni e le prede di guerra richiesti dal capo dell'Italian Bureau of Public Information bensì uno sparuto gruppo di soldati che il console italiano a New York descrisse come poveri diavoli vestiti con uniformi vecchie e stinte e con strumenti musicali ammaccati. Cfr. ASMAE, Ambasciata Washington 1909-1924, b. 158, f. "Propaganda", sf. "Columbus o Liberty Day (12 ottobre)".

irredente.⁴¹ Le redini dell'operazione furono a Roma nelle mani della consulta, a Washington in quelle dell'ambasciatore, mentre Bevione, che pure aveva provato per suo conto a giocare la carta del peso che le comunità italiane originarie delle terre irredente emigrate negli Stati Uniti avrebbe potuto esercitare per condizionare l'opinione pubblica di quel paese, venne criticato dall'ambasciatore Macchi per non aver compreso quali fossero gli argomenti migliori da utilizzare per veicolare il messaggio propagandistico che si intendeva far giungere a destinazione.⁴² Il progetto di invio della missione degli irredenti, ad ogni modo, non riuscì poi a tradursi in atto in primo luogo per la difficoltà di individuare le personalità da inviare oltreoceano, in secondo luogo in quanto la data prevista per il viaggio finì con il coincidere con quella della definitiva vittoria italiana contro gli austriaci ed a quel punto tutti i potenziali componenti della missione preferirono rimandare la trasferta statunitense per andare a visitare le loro terre d'origine, ormai liberate dal giogo asburgico.

L'insuccesso di questa iniziativa, alla quale si era pure attribuita una notevole importanza, fu ovviamente messo in sordina dall'euforia provocata dalla firma dell'armistizio di Villa Giusti. Questo stato d'animo toccò ovviamente anche i rappresentanti italiani negli Stati Uniti, i quali furono a tal punto presi dall'entusiasmo da far arrivare a Roma, nei giorni successivi al 4 novembre, rapporti che prevedevano lo stabilirsi di una sicura intesa tra Roma e Washington nel dopoguerra e registravano l'esistenza di una decisa apertura dei vertici governativi americani verso le aspirazioni

⁴¹ Cfr. S. CRESPI, *Alla difesa dell'Italia, in guerra ed a Versailles*, Milano, Mondadori, 1940, p. 161.

⁴² Bevione fu criticato da Macchi di Cellere poiché ad un congresso delle piccole nazionalità oppresse che si era tenuto nella città di Pittsburgh a metà settembre, il capo dell'Italian Bureau of Public Information aveva preso la parola in rappresentanza dei connazionali originari delle terre irredente, non essendo riuscito ad individuare soggetti genuinamente irredenti che fossero all'altezza del delicato compito. L'ambasciatore riferì dell'accaduto al ministero, augurandosi che nulla di simile avesse a verificarsi nuovamente in futuro, dato che gli americani per loro particolare inclinazione diffidavano delle notizie fornite dalle autorità ufficiali, preferendo a quest'ultime le testimonianze dirette dei protagonisti. Cfr. ASMAE, *Ambasciata Washington 1909-1924*, b. 170, f. 791 "Missione irredenti agli Stati Uniti", telegramma in partenza n. 598 del 5 ottobre 1918. Si veda anche BERNARDI-FALORSI, *La questione adriatica*, cit., pp.71-72, che più chiaramente esprimono il disappunto dell'ambasciata per la scelta di Bevione.

adriatiche dell'Italia.⁴³ Nel campo jugoslavo, al contrario, si registrò un totale seppur momentaneo, ammutolimento. Bevione riferì a Roma che nelle ore successive al diffondersi del testo dell'armistizio tutti gli organi della propaganda slava erano pressoché scomparsi dalla scena⁴⁴ e trovò la spiegazione di questo silenzio nel prevalere delle ragioni italiane; è tuttavia lecito pensare che si trattò piuttosto di una parentesi di riorganizzazione e riassetto imposto dal modificarsi di uno scenario che era ormai radicalmente mutato: non doveva infatti essere difficile rendersi conto del fatto che il termine dei combattimenti avrebbe imposto una revisione dei temi e degli strumenti di propaganda. Essendo venuta meno la necessità di mantenere un'apparenza di solidarietà per sostenere lo sforzo bellico, il confronto politico e diplomatico tra i vincitori si sarebbe fatto più duro e schietto e la propaganda avrebbe dovuto di conseguenza modificare gli argomenti da utilizzare per ottenere gli scopi che intendeva raggiungere.

I rappresentanti italiani negli Stati Uniti introdussero in effetti alcuni cambiamenti nella loro azione, ma si trattò di modifiche non sufficientemente ponderate, dettate più dall'euforia per la vittoria che non dalla consapevolezza del mutare del quadro di riferimento nel quale ormai ci si doveva muovere. L'11 novembre Bevione, allineato con Macchi di Cellere nello scorgere un rinnovato spirito d'intesa tra Roma e Washington, inviò a tutti gli agenti della propaganda alcune nuove istruzioni: la stessa persona che a fine agosto aveva invitato a non fare riferimento esplicito al patto di Londra per evitare di urtare la suscettibilità americana, ora sottolineò che con la firma di Villa Giusti l'esercito italiano si era assicurato l'occupazione militare di un territorio esattamente corrispondente alle aree rivendicate nell'accordo del 26 aprile del '15. I conferenzieri avrebbero dovuto far notare che l'armistizio di Villa Giusti non riguardava i soli rapporti tra Roma e Vienna, ma quelli tra l'Austria-Ungheria e l'insieme delle potenze alleate e associate e quindi anche gli Stati Uniti, che pure non figuravano tra i firmatari del patto di Londra. Di più: prima della sottoscrizione dell'armistizio, la

⁴³ Cfr. ROSSINI, *Il mito americano*, cit., p. 182; e ASMAE, *Ambasciata Washington 1909-1924*, b. 158, f. "Propaganda", telegramma in partenza s.n. Bevione a Gallenga, 12 novembre 1918.

⁴⁴ Cfr. ASMAE, *Ambasciata Washington 1909-1924*, b. 158, f. "Propaganda", telegramma in partenza s.n. Bevione a Gallenga, 10 novembre 1918.

La propaganda di guerra italiana negli Stati Uniti: protagonisti, temi e strumenti (1915-1918)

formula della resa austriaca era stata visionata ed approvata dal colonnello House, uno dei più stretti collaboratori di Wilson, e questo non poteva non essere interpretato che come un'accettazione, seppure informale, del patto di Londra da parte degli Stati Uniti e una prova del fatto che tale accordo non era in contraddizione con il programma enunciato dal presidente americano nei suoi Quattordici punti. E poi, al culmine dell'incoerenza Bevione chiosava:

«Le uniche cose che gli alleati hanno garantito agli jugoslavi sono garantite nel patto di Londra, il quale rappresenta così anche la più concreta difesa dei loro interessi».⁴⁵

Il singolare documento di istruzioni andava a chiudere concettualmente la parabola della propaganda di guerra italiana negli Stati Uniti, una parabola che si era concentrata nei circa tre anni e mezzo compresi tra l'autunno del 1915, momento della presa di coscienza da parte dell'ambasciatore Macchi della necessità di narrare le vicende della guerra italiana secondo un'impostazione che si adattasse alle specificità del pubblico americano, e la firma dell'armistizio di Villa Giusti. In questo arco temporale, salvo la breve parentesi Bevione del trimestre luglio-settembre 1918, la responsabilità dell'intero settore era rimasto nelle mani del titolare della rappresentanza diplomatica italiana a Washington. A lui si erano affiancati una serie di personalità inviate da Roma che molto spesso erano state fedeli esecutrici delle direttive dell'ambasciatore, ma che a volte avevano anche agito seguendo schemi alternativi; gli appartenenti a questo secondo gruppo erano stati tuttavia quasi sempre attivi per un periodo limitato di tempo e, pur non riuscendo a modificare sensibilmente l'approccio della propaganda italiana, avevano creato a volte momenti di difficoltà e imbarazzo a Macchi di Cellere e ai suoi collaboratori.

Guardando al complesso dell'operato di Macchi di Cellere nel campo della propaganda non si può fare a meno di rilevare come il diplomatico abbia avuto certamente il merito di essersi reso conto, con un certo anticipo rispetto ai vertici

⁴⁵ ASMAE, Propaganda, Uffici negli USA, b. 2, f. 18 "Italian Bureau of Public Information in the USA. Allegato n. 18. Istruzioni ai conferenzieri dopo la vittoria italiana".

governativi di Roma, prima della necessità di costruire negli Stati Uniti una campagna di informazione che sensibilizzasse l'opinione pubblica di quel paese sulle ragioni che avevano indotto l'Italia a scendere in campo contro gli imperi centrali e poi dell'opportunità di adottare sistemi di comunicazione che risultassero moderni e persuasivi. Era riuscito anche a individuare alcuni caratteri peculiari della realtà americana rispetto ai quali la propaganda italiana avrebbe dovuto modularsi: scarsa conoscenza dell'Italia in generale e della sua guerra in particolare, necessità di declinare le rivendicazioni nazionali all'interno della cornice tracciata dall'idealismo wilsoniano, opportunità di far narrare le vicende dell'Italia in guerra a testimoni diretti, non affidandole comunicati ufficiali verso i quali il pubblico americano era fortemente diffidente.

Al di là di queste pur promettenti premesse, difficilmente si potrebbe tuttavia tratteggiare un bilancio positivo del complesso dell'azione di propaganda svolta dall'Italia negli Stati Uniti: se il suo obiettivo era stato quello di far conoscere la particolare posizione di Roma ed il valore del contributo da lei dato allo sforzo bellico comune, il fallimento era testimoniato dal messaggio lanciato da un manifesto diffuso dall'Italian Bureau of Public Information nell'agosto del 1918:⁴⁶ in esso si esortavano i cittadini americani ad esporre, in occasione delle celebrazioni inter-alleate, il tricolore verde, bianco e rosso accanto alle bandiere di Stati Uniti, Francia e Gran Bretagna poiché ancora in quella fase, dopo quasi un anno e mezzo di impegno contro il nemico comune, accadeva che il vessillo italiano venisse dimenticato: sintomo evidente, questo, di quanto poco penetrante fosse stata l'azione della propaganda orchestrata da Roma. Guardando poi agli aspetti più propriamente politico-diplomatici del problema, il contrasto esplosivo durante la conferenza della pace tra Orlando e Sonnino da una parte e il presidente Wilson dall'altra sarebbe stato una tangibile manifestazione di come, nonostante gli sforzi fatti e le illusioni nutrite, non si fosse centrato l'obiettivo di far

⁴⁶ Il manifesto è contenuto in ASMAE, Propaganda, Uffici negli USA, b. 2, f. 15 "Italian Bureau of Public Information in the USA. Allegato n. 15". Un estratto del messaggio del manifesto era inserito anche nel frontespizio della rivista «Italy today» e del foglio notizie pubblicato dall'Italian Bureau of Public Information. Cfr. ASMAE, Propaganda, Uffici negli USA, b.1, f. 4 "Italian Bureau of Public Information in the USA. Allegato n. 5: Saggio delle carte e dei bollettini quotidiani dell'Ufficio Stampa di Chicago".

riconoscere agli statunitensi la fondatezza delle rivendicazioni soprattutto adriatiche fatte proprie dall'Italia.

Non è difficile individuare le cause di tale fallimento. Pesò innanzi tutto, e moltissimo, l'inadeguatezza dei mezzi materiali, finanziari e umani messi a disposizione da Roma. Nel momento della massima operatività dell'ufficio propaganda, tra la primavera e l'autunno del 1918, Macchi di Cellere poté fare affidamento solo su una dozzina scarsa di collaboratori i quali, per quanto volenterosi e per quanto buoni conoscitori della società americana, difficilmente avrebbero potuto far sentire efficacemente la loro voce su di un territorio vasto come quello degli Stati Uniti. Per dare la misura di quanto questo dato sia significativo della difficoltà nella quale l'ambasciata italiana a Washington venne a trovarsi, basterà considerare che il corrispettivo ufficio di propaganda statunitense in Italia si valse di un reparto amministrativo di cinquanta persona e di una dozzina di propagandisti ufficiali ai quali si affiancarono anche i circa duemila volontari della Croce Rossa americana e della Young Men Christian Association, tutti individui che nel dare assistenza ai soldati al fronte ed alle loro famiglie in ogni parte della penisola (assistenza che consisteva in offerte di derrate alimentari, di vestiario e di denaro, nonché nell'organizzazione di momenti ricreativi e di svago) non mancarono mai di esaltare la causa degli Stati Uniti d'America e del loro presidente Wilson. La stessa sproporzione vi fu, ovviamente, anche nelle somme investite nell'opera di propaganda: gli americani spesero per la loro azione in Italia 15.000 dollari mensili,⁴⁷ mentre gli uffici della propaganda italiana negli Stati Uniti fino al luglio del 1918 poterono contare su di uno stanziamento medio di appena 5.000 dollari mensili. Solo con l'arrivo di Bevione si passò a riconoscere un appannaggio di ben 38.000 dollari, una cifra certo assai più consistente ma stanziata con estremo ed eccessivo ritardo.⁴⁸

⁴⁷ Cfr. ROSSINI, *Il mito americano*, cit., pp. 125-130. Ai fondi assegnati all'ufficio propaganda si andavano ad associare le ancor più consistenti dotazione della Croce Rossa americana e della YMCA: la sola Croce Rossa spese in Italia, tra il novembre 1917 ed il giugno 1919, ben 114.880.066 milioni di dollari. Cfr. *ibid.*, p. 99.

⁴⁸ Cfr. ASMAE, *Ambasciata Washington 1909-1924*, b. 158, f. "Propaganda": telegramma n. 1314 del 13 luglio 1918. Può essere interessante notare che rispetto a questo deciso e repentino aumento della somma

Dal punto di vista politico il fallimento della propaganda orchestrata da Roma traeva tuttavia origine non tanto dalla mancanza di fondi, quanto dalla incapacità di trasmettere l'immagine di un paese coeso e di far apparire le sue rivendicazioni coniugabili con lo schema diplomatico ed ideologico statunitense; cioè, in buona sostanza, di offrire un'immagine delle richieste che Roma intendeva presentare al tavolo della pace che potesse apparire non dettata da una volontà di sopraffazione verso popolazioni che non intendevano unirsi all'Italia. In questo mi sembra di poter affermare che le responsabilità di Macchi furono assai relative: egli non si discostò mai dalla visione politica e diplomatica del suo ministro, e a questa cercò sempre di improntare la propria azione di propaganda, continuando anzi ad avere nella consulta il suo principale punto di riferimento anche nei mesi in cui furono operativi il ministro Scialoja e poi il sottosegretario Gallenga. Il suo sbaglio consistette piuttosto nel nutrire l'illusione di essere riuscito a far breccia nelle menti e nei cuori del presidente Wilson e dei suoi più stretti collaboratori, senza percepire i reali termini del contrasto che si andava con sempre maggiore evidenza delineando tra le posizioni dell'Italia e degli Stati Uniti rispetto a ciò che si sarebbe dovuto costruire alla fine della guerra.

L'insuccesso di Macchi di Cellere non costituì tuttavia, un fatto isolato: la propaganda francese negli Stati Uniti, che pure era stata indicata da molti come un modello da seguire e che aveva impiegato ben altre risorse economiche, non riuscì ad evitare che Wilson si opponesse alle richieste di Clemenceau sulla Renania. Gli stessi americani, che pure avevano investito l'Italia con la loro "modernissima" propaganda, come fu poi dimostrato con estrema chiarezza da molti avvenimenti verificatisi anche nell'immediato dopoguerra, non riuscirono minimamente a convincere il popolo italiano dell'opportunità di modificare la visione che esso aveva maturato del problema adriatico. Ciò che forse occorre allora fare presente è che l'oceano che divideva il Nuovo dal Vecchio Continente era fatto non soltanto di acqua, ma anche di visioni

investita l'ambasciatore Macchi indirizzò al ministro del tesoro Nitti un telegramma segreto nel quale esprimeva le sue perplessità sul congruo e corretto utilizzo di quel fiume di denaro. Cfr. ASMAE, Ambasciata Washington 1909-1924, b. 158, f. "Propaganda": minuta di telegramma n. 1509/88 del 10 agosto 1918.

La propaganda di guerra italiana negli Stati Uniti: protagonisti, temi e strumenti (1915-1918)

politiche assai differenti, visioni talmente differenti che nessuna “propaganda” sarebbe stata in grado in quel particolare frangente di amalgamare.

A pochi giorni dall’armistizio, Gallenga diede istruzioni a Bevione di cominciare a liquidare in termini formali e contabili tutte le persone che a vario titolo erano state impegnate nei due anni precedenti.⁴⁹ Alla fine del mese di novembre fu poi lo stesso sottosegretariato ad essere sciolto. Ciò non volle tuttavia significare una totale rottura con il passato: il controllo politico ed operativo della propaganda venne rimesso nella sua interezza al ministero degli esteri, che istituì un ufficio assegnandone la direzione strategica al segretario generale, ambasciatore Giacomo De Martino, affiancato dal commendatore Giacomo Gorrini per la trattazione delle pratiche di natura amministrativa e contabile. A partire dal dicembre 1918, in Italia come anche negli Stati Uniti, il nuovo ufficio si volle valere di altri uomini e di altri strumenti di azione, dimostrando in questo modo di aver fatto tesoro dell’esperienza del passato, e di avere anche compreso che lo strumento della propaganda aveva ormai assunto un ruolo fondamentale non soltanto come arma di guerra, ma anche come mezzo da utilizzare nel quadro generale dei rapporti tra gli stati.⁵⁰

⁴⁹ Cfr. ASMAE, Ambasciata Washington 1909-1924, b. 158, f. “Propaganda”: telegramma in arrivo s.n. Gallenga a Bevione, 14 novembre 1918.

⁵⁰ Cfr. ASMAE, Propaganda, pos. 1, 1919, f. “Ufficio Propaganda. Riordinamento dell’ufficio e relazioni sull’attività dell’ufficio e degli uffici all’Esterò”, sf. “Riordinamento Ufficio di Propaganda”.

