Introduzione

Quanti siti internet si richiamano a Napoleone Bonaparte? Quanti circoli, associazioni, club cercano di perpetuarne la memoria? Quanti libri sono stati scritti su di lui? Quante opere d'arte, quanti oggetti, quanti soldatini di piombo, quanti cartoni animati richiamano più o meno direttamente la sua figura? Quanti film l'hanno riecheggiata?

Il fenomeno, lungi dall'essersi arrestato, a poco meno di duecento anni dalla sua caduta continua a vivere di una carica propulsiva inesauribile. Si alimenta di se stesso, al punto che in Italia, appena pochi anni fa, *N.*, lo straordinario romanzo sull'Imperatore di Ernesto Ferrero, vinse il più ambito dei premi letterari, per poi fornire lo spunto alla realizzazione di un ennesimo film di successo diretto da Paolo Virzì.

Le battaglie più note di Napoleone, da Austerlitz a Waterloo, vengono «ri-giocate» da appassionati di tutto il mondo. I giocattoli ne riproducono il mito. Abbigliamento e arredamento hanno conosciuto mode ispirate al suo personaggio. Ancora oggi esiste un mercato napoleonico, un business con un giro d'affari a tanti zeri.

Al di là delle profezie su se stesso fatte da Napoleone durante l'esilio a Sant'Elena, è innegabile che la sua opera abbia lasciato un segno nel tempo ben oltre quanto potessero immaginare i suoi avversari, alla fine vincitori. La loro, per certi versi, è stata una vittoria di Pirro. Non solo perché le idee liberali, le riforme legislative e amministrative, la creazione di nuovi modelli culturali borghesi hanno finito con il superare qualsiasi tentativo di

restaurazione e ritorno al passato, ma soprattutto perché l'uomo ha qualcosa che supera le barriere del tempo.

Napoleone non è un eroe omerico, ma a suo modo è un archetipo pur essendo un protagonista della storia moderna. C'è qualcosa che lo fissa nel tempo, differenziandolo da altri grandi del suo tempo o di epoche successive.

Delle due guerre mondiali che hanno segnato il secolo breve, non uno dei protagonisti può vantare la stessa celebrità. C'è il fenomeno Adolf Hitler, certo, ma in quel caso è la personificazione del male assoluto a inquietare e affascinare, la rappresentazione di quanto odio possa annidarsi nell'animo umano, di quanta violenza cerebrale prima ancora che corporea possa essere espressa e recepita dalle masse e da interi popoli.

Napoleone è altra cosa. È un dittatore, forse, ma non è riducibile al tipo del tiranno. È figura complessa, piena di contraddizioni, erede a suo modo di valori rivoluzionari che, malgrado la sua *realpolitik ante litteram*, hanno ancora orecchie attente e cuori sensibili e appassionati pronti a recepirli in mezza Europa.

Ma ciò non spiega ancora la sua longevità postuma. Era un grande generale, condottiero, stratega, vincitore di mille battaglie. Ma lo erano anche Giulio Cesare o Giuseppe Garibaldi. Dwight Eisenhower, eroe del D-Day, giunse alla presidenza degli Stati Uniti d'America più di centocinquanta anni dopo, ma non ha conosciuto un seguito di notorietà nemmeno lontanamente paragonabile a quello del miracolo N, pur essendo un vincente nato, vissuto e morto come tale, al contrario del nostro.

Napoleone, certo, fu anche uomo di stato, promotore della codificazione moderna, amante dell'arte. Nella sua complessità c'è anche la tendenza della sua epoca al governo totalizzante, ad attivarne i processi storici e in qualche misura ad anticiparne i tempi.

È in questo che si esprime la dote che forse più di ogni altra gli ha permesso di smaterializzarsi, di liberarsi delle spoglie mortali per incarnare un mito moderno. È la sua capacità di comunicare a tutti i livelli.

Napoleone è il primo uomo di stato a concepire l'opinione

pubblica nei termini in cui la si tratterà nei decenni e nei secoli successivi. Bonaparte non si limita a tastare gli umori della borghesia o del popolo, come pure facevano i sovrani del passato. Li soppesa e ne tiene conto, nella consapevolezza che la genesi moderna del suo potere è collegata al consenso di ampi strati sociali.

Per Napoleone comunicare è una modalità di azione che consente di anticipare le mosse dell'avversario e sbaragliarne gli schieramenti. È altresì uno strumento di rappresentazione, con il quale si inscena un summit come si commissiona un quadro, il cui scopo ultimo è di rafforzare l'immagine vincente conquistata sui campi di battaglia e nell'azione riformatrice interna ed esterna ai confini della Francia.

Napoleone comunica precorrendo mode, idee, vezzi, tendenze. Creatore del merchandising, ispiratore di sistemi di interazione bellica simili alla moderna comunicazione integrata aziendale, fondatore, censore e controllore di organi di stampa, inventore delle moderne veline attraverso i suoi compiacenti e compiaciuti bollettini militari. La sua N e l'aquila imperiale stemma dell'esercito lo consacrano anche come ispiratore dei moderni brand.

Sono tante le intuizioni napoleoniche che troveranno conferma, in diversi contesti, nella società del secolo successivo e ancora in questi primi decenni del nuovo millennio. Il comune denominatore è dato dalla sua enorme capacità evocativa, per cui tutto ha valenza di messaggio e richiama un uomo che, al tempo stesso, perpetua un'idea e diffonde una nuova pratica.

Napoleone, peraltro, ha vinto sì da grande comunicatore, ma anche perché quella che raccontava non era una favola qualsiasi. Era la straordinaria impresa di un uomo che ha saputo mescolare l'anima rivoluzionaria con quella conservatrice. Stratega militare impareggiabile, era anche un grande innovatore illuminato quanto ambizioso e pragmatico. La codificazione del diritto, la modernizzazione della pubblica amministrazione, la creazione delle grandi scuole nazionali, lo smantellamento della società feudale stanno a dimostrarlo.