

Come manipolare l'opinione pubblica (e le nostre scelte politiche)

scritto da Redazione

Secondo la narrativa dominante, la propaganda, vale a dire la sistemica produzione di falsità, colpirebbe solo le nazioni prive di libertà di espressione, i paesi autocratici, autoritari o dittatoriali (appellativi, invero, attribuiti a seconda delle convenienze). Nei paesi *autoritari*, con qualche diversità dall'uno all'altro, il quadro è piuttosto evidente, domina la censura: alcune cose si possono fare, altre no. A dispetto delle apparenze, tuttavia, anche nelle cosiddette *democrazie*, l'obiettivo è il medesimo, controllare il disagio della maggioranza contro i privilegi della minoranza, cambia solo la tecnica, una tecnica basata sulla Menzogna, che opera in modo sofisticato, creando notizie dal nulla, mescolando bugie e verità, omettendo fatti e circostanze, rimestando abusivamente passato e futuro, paragonando ostriche a elefanti.

Confondendo ulteriormente il quadro, per il *discorso del potere* - in cima al quale, a ben guardare, troviamo sempre l'impero americano in qualche sua incarnazione - i paesi autoritari sono poi quelli che non si piegano al dominio dell'*unica nazione indispensabile al mondo* (Clinton, 1999), colonna portante del Regno del Bene.



Coloro che dominano la narrativa pubblica, dunque, controllano la società e per la proprietà transitiva la ricchezza e le inquietudini che vi si aggirano. D'altra parte, persino chi siede in cima alla piramide è inquieto, preso dall'angoscia di perdere ricchezza e potere. E la coercizione non basta, occorre il consenso e il ruolo della propaganda è quello di disarticolare il conflitto, contenere quel malessere che si aggira ovunque come un felino in attesa della preda. Essa è anche un aspetto costitutivo della più vasta nozione di egemonia, nell'accezione gramsciana del termine^[1], secondo la quale il ceto dominante, oggi transnazionale, ha bisogno di guidare la narrazione pubblica, servendosi di un'impalcatura di servizio, politici,

militari/burocrati, giornalisti, accademici.

Il potere è slegato da ogni ideologia, non essendo fondato su valori, ma solo su interessi: liberalismo o socialismo, conservatorismo o progressismo, fondamentalismo cristiano o islamico, suprematismo o meticciamento e via dicendo, il fine è solo uno, la massificazione di sè stesso e dei profitti correlati. Il Regno del Bene non ha sfumature di pensiero, tanto meno di azione.

La narrativa pubblica diffonde inoltre un messaggio inconscio: “sappiamo bene che la situazione non è ideale, le cose dovrebbero andar meglio, ma, ahimè, non vi sono alternative. D’altro canto, si faccia attenzione perché le cose potrebbero andare molto peggio, e solo noi siamo in grado di evitare che la situazione precipiti”.

Taluni sono persuasi che solo chi vive ai margini, i poveri di spirito e gli individui senza istruzione o acume siano esposti al sortilegio della propaganda. Uno sguardo disincantato rivela invece che tale dipendenza non ha nulla a che vedere con la cultura o l’intelligenza. Anzi, entrambe tendono a rafforzare la resistenza a riconoscere la porosità alla manipolazione. La capacità di opporsi al *mainstream* appare invero connessa con l’umile qualità di saper riconoscere i propri errori, e all’occorrenza la propria credulità. Si tratta di una caratteristica critica dell’essere umano che esprime maturità emotiva e spessore culturale. Sul piano filosofico, invece, l’abilità a smascherare l’inganno discende dall’aderenza al principio di verità, che non può prescindere da una vita condotta in coerenza. Si tratta di peculiarità poco diffuse, ma che fioriscono in ogni genere di individui e sono essenziali per la vita e la prosperità del genere umano.

Il trampolino della propaganda

Nell’incipit del saggio *The Propaganda Multiplier*[\[2\]](#), lo svizzero Konrad Hummler afferma che “davanti a qualsiasi genere di informazione non dovremmo mai tralasciare di chiederci: perché ci giungono queste notizie, perché in questa forma e in questo momento? In fin dei conti si tratta sempre di questioni che riguardano il potere”.

Forse, ciò chiarisce perché nessuno dà conto della singolare congiuntura - è questo un esempio tra i tanti - per la quale i cittadini russi possono leggere i nostri giornali e ascoltare le nostre TV, mentre noi non abbiamo il diritto di

reciprocare, leggere e ascoltare i media russi^[3]. In attesa di venirne informati, ci soccorre il vocabolario *orwelliano*, nel quale si scrive *pace* per significare *guerra*, *democrazia* per intendere *oligarchia-plutocrazia*, *sovranità* per esprimere *sottomissione*, *libertà di giustizia* per la sua *soppressione*.

Hummler aggiunge che un aspetto sostanzialmente ignoto del sistema mediatico riguarda la struttura del suo funzionamento, in specie la circostanza che la quasi totalità delle notizie che ci giungono sugli eventi del mondo è generata da tre sole *agenzie internazionali di stampa*. Il loro ruolo è talmente centrale che i fruitori mediatici - TV, giornali e internet - coprono quasi sempre gli stessi eventi con i medesimi argomenti, lo stesso taglio, il medesimo formato. Si tratta di agenzie che godono di coperture e sostegni di governi, apparati militari e intelligence, essendo da questi utilizzate quali piattaforme di diffusione di informazioni pilotate^[4].

Come fa il giornale (o la TV) che leggo (o ascolto) a conoscere ciò che afferma di conoscere su un argomento internazionale? - si chiede Hummler - e la risposta è banale: quel giornale o quella TV non sa nulla, si limita a copiare da una delle citate agenzie. Queste lavorano in modo felpato, dietro le quinte. La prima ragione di tale *discrezione* è beninteso il controllo della notizia, la seconda risiede nella circostanza che giornali e TV non hanno interesse a far conoscere ai loro lettori di non essere in grado di raccogliere notizie indipendenti su quanto raccontano.

Le tre agenzie in questione sono:

- Associated Press ([AP](#)), che ha oltre 4000 dipendenti sparsi nel mondo. AP ha la forma di società cooperativa, ma è di fatto controllata da finanziarie quotate a Wall Street; dall'aprile 2017, il suo presidente è Steven Swartz, il quale è anche CEO di [Hearst Communications](#), il colosso Usa dei media. AP fornisce informazioni a oltre 12.000 giornali e TV internazionali, raggiungendo ogni giorno oltre metà della popolazione mondiale;
- Agence France-Presse ([AFP](#))^[5], partecipata dallo stato francese, ha circa 4000 dipendenti e trasmette ogni giorno oltre 3000 reportage a testate mediatiche di tutto il mondo;
- Agenzia Reuters, con sede a Toronto, con migliaia di persone in ogni dove, dal luglio 2018 il 55% del suo capitale è proprietà di [Blackstone Group](#),

quotata a Wall Street; nel 2008 è stata acquisita dalla canadese [Thomson Corporation](#) e si è poi fusa nella Thomson-[Reuters](#).

Le corporazioni statunitensi (e con esse gli apparati militari e di sicurezza, lo stato profondo, etc...) dominano anche il mondo *internet*, poiché le prime dieci società mediatiche online, tranne una, sono di proprietà americana e hanno tutte sede negli Usa.

Essendo tale impalcatura alla radice della *creazione, soppressione e adulterazione* mediatica degli accadimenti nel mondo^[6], è curioso che siano poche le persone interessate a conoscerne ruolo e meccanismi operativi.

Un ricercatore svizzero (Blum^[7]) ha rilevato che *nessun quotidiano occidentale può far a meno di tali agenzie se vuole occuparsi di questioni internazionali. Noi conosciamo solo ciò su cui queste decidono di riferire. La Grande Menzogna* nella quale è immersa la popolazione (con eccezioni, beninteso) sta devastando l'etica pubblica e la sensibilità collettiva. Il lavaggio del cervello è implacabile, tutto è piegato alle esigenze del potere (l'Occidente e quella parte del mondo pilotata dall'Occidente), così gerarchicamente ordinato: impero Usa (corporazioni, stato profondo, forza militare), élite europee (finanza, banche, in prevalenza nordiche), classi dirigenti nazionali (politici, media, accademia).

Sebbene molti paesi dispongano di proprie agenzie - la tedesca DPA, l'austriaca APA, la svizzera SDA, l'italiana Ansa e così via - la carta stampata e le TV private/pubbliche, se vogliono occuparsi di temi internazionali, sono costrette a rivolgersi alle tre menzionate, le quali si sono appropriate di un ruolo insostituibile potendo contare su risorse, copertura geografica e capacità operativa: i reportage di tali agenzie vengono tradotti e copiati, *talvolta utilizzati senza citare la fonte, altre volte parzialmente riscritti, altre ancora ravvivati e arricchiti con immagini e grafici per farli apparire un prodotto originale. Il giornalista che lavora su un dato argomento seleziona i passaggi che ritiene importanti, li manipola, li rimescola con qualche svolazzo e poi li pubblica* (Volker Braeutigam)^[8]".

Quelli che il pubblico ritiene contributi originali del giornale o della TV sono in realtà rapporti fabbricati a New York, Londra o Parigi. Non sorprende che le notizie siano le stesse a Washington, Berlino, Parigi o Roma. Un fenomeno da

brividi, poco dissimile dalle vituperate pratiche dei cosiddetti *paesi illiberali*.

Quanto ai *corrispondenti*, gran parte dei media non se ne può permettere nessuno. Quando esistono, coprono diversi paesi, anche dieci o venti, e si può immaginare con quale competenza! Nelle zone di guerra, raramente si avventurano fuori dall'hotel dove vivono, e pochissimi possiedono le competenze linguistiche per capire cosa succede intorno. Sulla guerra in Siria, scrive Hummler, molti *riferivano* da Istanbul, Beirut, Il Cairo, Cipro, mentre le citate agenzie dispongono di corrispondenti ovunque e ben *addestrati*.

Nel suo libro [*People Like Us: Misrepresenting the Middle East*](#), il corrispondente olandese dal Medio Oriente, Joris Luyendijk, ha descritto *candidamente* come lavorano i corrispondenti e in quale misura dipendono dalle *tre sorelle*: “*pensavo che questi fossero degli storici del momento, che davanti a un evento di rilievo, scoprissero cosa stesse davvero succedendo e riferissero in proposito. In verità nessuno va mai a verificare cosa accade. Quando succede qualcosa, la redazione chiama, invia per fax o e-mail comunicati-stampa già confezionati e il corrispondente in loco li rimbalza con parole sue, commentandoli alla radio o TV, oppure ne fa un articolo per il giornale di riferimento. Le notizie vengono nastro-trasportate. Su qualsiasi argomento o evento i corrispondenti aspettano in fondo al tapis-roulant, fingendo di aver prodotto qualcosa, ma è tutto falso*”.

In altre parole, il corrispondente solitamente non è in grado di produrre inchieste indipendenti e si limita a rimodellare resoconti confezionati nelle redazioni o da una delle tre agenzie. È così che nasce l'*effetto mainstream*.

Ci si potrebbe chiedere perché i giornalisti non provano a produrre inchieste indipendenti. Luyendijk scrive in proposito: “*ho provato a farlo, ma ogni volta, a turno, le tre sorelle intervenivano sulla redazione e imponevano la loro storia, punto*”^[9]. Talvolta alla TV alcuni giornalisti mostrano una preparazione che suscita ammirazione, perché rispondono con competenza e disinvoltura a domande difficili. La ragione, tuttavia, è banale: conoscono in anticipo le domande. Quello che si vede è puro teatro^[10]. Talora, per risparmiare, alcuni media si servono dei medesimi corrispondenti e in tal caso i reportage che giungono alle testate sono due gocce d'acqua.

Nel libro *The Business of News*, Manfred Steffens, ex-redattore dell'agenzia tedesca DPA, afferma “*non si capisce la ragione per la quale una notizia sarebbe*

attendibile se ne viene citata la fonte. Anzi, può esser vero il contrario, poiché la responsabilità viene in tal caso attribuita alla fonte citata, potenzialmente altrettanto inattendibile[\[11\]](#)“.

Ciò che le agenzie ignorano non è mai avvenuto. Nella guerra in Siria, l'[Osservatorio siriano per i diritti umani](#) - un'organizzazione di scarsa indipendenza, con sede a Londra e finanziata dal governo britannico[\[12\]](#) - ha avuto un ruolo di primo piano. L'Osservatorio ha inviato i suoi reportage alle tre agenzie, che li hanno inoltrati ai media, i quali a loro volta hanno *informato* milioni di lettori e telespettatori in tutto il mondo. La ragione per la quale le agenzie hanno fatto riferimento a tale *Osservatorio* - e chi lo finanziava - resta tuttora misteriosa.

Mentre alcuni temi sono semplicemente ignorati, altri sono enfatizzati, anche se non dovrebbero esserlo: *“una plateale falsità o una messa in scena*[\[13\]](#) *sono digerite senza obiezioni davanti alla presunta rispettabilità di una blasonata agenzia di stampa o una rinomata testata, poiché in questi casi il senso critico tende a sfiorare lo zero*[\[14\]](#)“.

Tra gli attori più efficaci nell'iniettare menzogne troviamo i ministeri della difesa (in Occidente tutti a vario modo *penetrati* dall'intelligence Usa). Nel 2009, il capo dell'agenzia AP, Tom Curley, ha [pubblicamente affermato](#) che il Pentagono impiegava oltre 27.000 *specialisti in pubbliche relazioni* che con un budget annuale di cinque miliardi di dollari diffondevano quotidianamente informazioni manipolate (da allora budget e numero di specialisti sono cresciuti di molto!). Le agenzie di sicurezza americane hanno l'abitudine di raccogliere e distribuire a giornali e TV informazioni create a tavolino con una tecnica che rende impossibile conoscerne l'origine, facendo ricorso a formule quali *'secondo fonti d'intelligence, secondo quanto confidenzialmente trapelato o lasciato intendere da questo o quel generale, e così via'*[\[15\]](#).

Nel 2003, dopo l'inizio della guerra in Iraq, Ulrich Tilgner, veterano del Medio Oriente per TV tedesche e svizzere, ha parlato dell'attività manipolatoria dei militari e del ruolo dei *media*. *“Con l'aiuto di questi ultimi, i militari costruiscono la percezione pubblica e la usano per i loro scopi, diffondendo scenari inventati. In questo genere di guerra, gli strateghi mediatici statunitensi svolgono una funzione simile a quella dei piloti dei bombardieri”*.

Ciò che è noto all'esercito Usa lo è anche ai servizi d'intelligence. In tema di

disinformazione, un ex-funzionario dell'intelligence Usa e un corrispondente della Reuters hanno riferito quanto segue alla TV britannica *Channel 4*: *“Un ex-agente della Cia, [John Stockwell](#), ha rivelato[16] che occorreva far sembrare la guerra angolana come un'aggressione nemica. Per tale ragione abbiamo sostenuto in ogni paese coloro che condividevano questa tesi. Un terzo del mio staff era formato da diffusori di propaganda, pagati per inventare storie e trovare il modo per farle arrivare alla stampa. Di solito, le redazioni dei giornali occidentali non sollevano dubbi quando ricevono notizie in linea con la narrazione dominante. Abbiamo inventato tante storie, che stanno ancor in piedi, ma è tutta spazzatura[17]”*.

[Fred Bridgland](#)[18], riferendo del suo lavoro come corrispondente di guerra per la Reuters, afferma: *“abbiamo basato i nostri rapporti sulle comunicazioni ufficiali. Solo alcuni anni dopo siamo stati informati che un piccolo esperto di disinformazione della Cia da una scrivania situata in un'ambasciata degli Stati Uniti produceva comunicati che non avevano alcuna relazione con la verità o i fatti sul campo. Fondamentalmente, per dirla in modo crudo, puoi fabbricare qualsiasi schifezza e farla pubblicare su un giornale”*.

I servizi d'intelligence, certamente, dispongono di un'infinità di contatti per far passare le loro menzogne, ma senza il ruolo *servizievole* delle tre agenzie in questione, la sincronizzazione mondiale della propaganda e della disinformazione non sarebbe così efficace[19]. Attraverso questo meccanismo *moltiplicatore*, racconti interamente fabbricati da governi, servizi militari e d'intelligence raggiungono il pubblico senza alcun filtro. La professione del cosiddetto *giornalista mainstream*, ormai ridotta a *strapuntino del potere*, si concretizza nel rabberciare, sulla scorta di *veline* elaborate altrove, questioni complesse di cui sanno poco o nulla in un linguaggio privo di logica fattuale e indicazione di fonti.

Per l'ex-giornalista di AP, Herbert Altschull, *“secondo la prima legge del giornalismo i mezzi d'informazione sono ovunque uno strumento del potere politico e/o economico. Giornali, periodici, stazioni radiofoniche e televisive di mainstream non operano mai in modo indipendente, anche quando ne avrebbero la possibilità”*[20].

Sino a poco fa, la libertà di stampa era ancor più teorica, date le elevate barriere d'ingresso, le licenze da ottenere, le frequenze da negoziare, i finanziamenti e le

infrastrutture tecniche necessarie, i pochi canali disponibili, la pubblicità da raccogliere e altre restrizioni. Oggi, grazie a Internet, la *prima legge di Altschull* è stata parzialmente infranta. È così emerso un giornalismo di qualità finanziato dai lettori, di livello superiore rispetto ai media tradizionali, in termini di capacità critica e indipendenza.

Ciononostante, i media tradizionali restano cruciali, poiché disponendo di risorse ben più copiose sono in grado di catturare una moltitudine di lettori anche *online*. E tale capacità è collegata al ruolo delle tre agenzie, i cui aggiornamenti al minuto costituiscono la spina dorsale della maggior parte dei siti *mainstream* reperibili in rete.

In quale misura il potere politico ed economico, secondo *la legge di Altschull*, riuscirà a mantenere il controllo dell'informazione davanti all'avanzare di *notizie incontrollate*, cambiando così la struttura del potere e almeno in parte la consapevolezza della popolazione, solo il futuro potrà dirlo. Se si guarda ai rapporti di forza l'esito parrebbe scontato. L'uomo resta, tuttavia, arbitro del proprio destino. La lotta è sempre in corso.

Gli operatori mediatici internazionali

Noam Chomsky, forse il più grande intellettuale vivente, nel suo saggio "[What makes the mainstream media mainstream](#)", afferma che: "*se rompi gli schemi il potere ha molti modi per rimetterti in riga. Eppure, si può e si deve comunque reagire*^[21]. Alcuni grandi giornalisti affermano che nessuno ha mai detto loro cosa scrivere. Chomsky [chiarisce](#) così tale apparente contraddizione: "*costoro non sarebbero lì se non avessero già dimostrato di scrivere o dire ogni volta, e spontaneamente, la cosa giusta. Se avessero iniziato la carriera scrivendo cose sbagliate, non sarebbero mai arrivati nel luogo dove ora possono dire, in apparenza, ciò che vogliono. Lo stesso vale per le facoltà universitarie nelle discipline che contano*"^[22].

Il giornalista britannico John Pilger^[23], noto per le sue inchieste coraggiose, scrive di aver incontrato negli anni Settanta una delle principali propagandiste del regime di Hitler, Leni Riefenstahl, secondo la quale per giungere alla totale sottomissione del popolo tedesco era stato necessario, ma non difficile,

manipolare le menti della *borghesia liberale e istruita*; il resto era venuto in automatico.

La tragedia di tale scenario è che gli accadimenti di valenza politica, geopolitica o economica con risvolti internazionali (ma in genere tutti gli argomenti *sensibili*) vengono accolti con minimo senso critico. I media occidentali vivono di pubblicità (corporazioni private) o di sovvenzioni pubbliche, e riflettono gli interessi della narrativa atlantica, sotto l'egida dell'architettura economica e di sicurezza americana.

I *mass-media* hanno l'obiettivo di distogliere le persone dalle questioni centrali: *"puoi pensare quel che vuoi, ma siamo noi che gestiamo lo spettacolo. Lascia che s'interessino di sport, di cronaca, scandali sessuali, problemi delle celebrità, della finta dialettica governo-opposizioni, ma non di cose serie, poiché quelle sono riservate ai grandi"*.

Inoltre, le persone-chiave dei media principali vengono cooptate dall'élite transatlantica, ottenendo in cambio carriere e posizioni. I circoli *ristretti* del potere transnazionale - quali il Council for Foreign Relations, il Gruppo Bilderberg, la Commissione Trilaterale, l'Aspen Institute, il World Economic Forum, Chatham House e altri - reclutano a man bassa operatori mediatici (i nomi degli italiani, insieme agli uomini politici, sono disponibili in rete).

Per Chomsky le università non fanno la differenza. La narrazione prevalente riflette quella mainstream. Esse non sono indipendenti. Possono esserci professori indipendenti, e questo vale anche per i media, ma l'istituzione come tale non lo è, poiché dipende da finanziamenti esterni o dal governo (a sua volta piegato ai menzionati poteri). Coloro che non si conformano sono accantonati strada facendo. Il sistema premia conformismo e obbedienza. Nelle università si apprendono le buone maniere, in particolare come interloquire con i rappresentanti delle classi superiori. È così che, senza dover ricorrere alla menzogna esplicita, l'accademia e i media interiorizzano valori e posture del potere da cui dipendono.

Come noto, ne *La fattoria degli animali* George Orwell fa una satira spietata dell'Unione Sovietica. Trent'anni dopo si scopre però che, nell'introduzione da lui scritta a suo tempo, e che qualcuno aveva soppresso, egli scriveva *"la censura letteraria in Inghilterra è efficace come quella di un sistema totalitario, sola la*

tecnica è diversa, anche qui, a ulteriore evidenza che le menti indipendenti, quelle che generano *riflessioni sbagliate*, vengono ovunque ostacolate o estirpate.

Il Presidente statunitense Woodrow Wilson fu eletto nel 1916 su una piattaforma contro la guerra. La gente non voleva combattere guerre altrui. *Pace senza vittoria*, dunque senza guerra, era stato lo slogan. Una volta eletto, Wilson cambiò idea e si pose la domanda: *come si fa a convertire una nazione pacifista in una disposta a far la guerra ai tedeschi?* Fu così istituita la prima, e formalmente unica, agenzia di propaganda statale nella storia degli Stati Uniti, il Comitato per l'Informazione Pubblica (bel titolo orwelliano!), chiamato Commissione Creel, dal nome del suo direttore. L'obiettivo di spingere la popolazione nell'isteria bellicista e sciovinista fu raggiunto senza troppe difficoltà. In pochi mesi gli Stati Uniti entrarono in guerra. Tra coloro che furono impressionati da tale successo, troviamo anche Adolf Hitler. In *Mein Kampf*, questi afferma che la Germania fu sconfitta nella Prima guerra mondiale perché perse la battaglia dell'informazione, e promise: *la prossima volta sapremo reagire con un adeguato sistema di propaganda*, come in affetti avvenne quando giunse al potere.

Walter Lippmann, esponente di punta della Commissione Creel tra i più rispettati del giornalismo americano per circa mezzo secolo, affermava: *"in democrazia esiste un'arte chiamata fabbricazione del consenso"*, che non ha beninteso nulla di democratico. *"Se si riesce a farla funzionare, si può accettare persino il rischio che il popolo vada a votare. Con adeguato consenso si riesce a rendere irrilevante anche il voto. Affinché gli umori siano allineati ai desideri di chi comanda occorre mantenere l'illusione che sia il popolo a scegliere governi e orientamenti politici. In tal modo, la democrazia funzionerà come deve. Ecco cosa significa applicare la lezione della propaganda"*. Del resto, James Madison, uno dei padri della costituzione americana, affermava che *l'obiettivo principale del sistema era quello di proteggere la minoranza dei ricchi contro la maggioranza dei poveri*. E ancora una volta, a tal fine, lo strumento principe era la propaganda.

Il già citato John Pilger ricorda[\[24\]](#) che negli ultimi 70 anni gli Stati Uniti hanno rovesciato o tentato di rovesciare oltre cinquanta governi, in gran parte democrazie. Hanno interferito nelle elezioni democratiche di una trentina di Paesi. Hanno bombardato le popolazioni di trenta nazioni, la maggior parte povere e indifese. Hanno tentato di assassinare i dirigenti politici di una cinquantina di stati sovrani. Hanno finanziato o sostenuto la repressione contro movimenti di liberazione nazionale in una ventina paesi. La portata e l'ampiezza

di questa carneficina viene evocata ogni tanto, ma subito accantonata, mentre i responsabili continuano a dominare la vita politica americana.

Lo scrittore statunitense Harold Pinter, ricevendo il premio Nobel per la letteratura nel 2005, aveva affermato: *“la politica estera degli Stati Uniti si può definire come segue: baciami il culo o ti spacco la testa. Essa è semplice e cruda, e l’aspetto interessante è che funziona perché gli Usa hanno risorse, tecnologie e armi per spargere disinformazione attraverso una retorica distorsiva, riuscendo a farla franca. Essi sono dunque persuasivi, specie agli occhi degli sprovveduti e dei governi sottomessi. In definitiva, si tratta di una montagna di menzogne, ma funziona. I crimini degli Stati Uniti sono sistematici, costanti, feroci, senza remore, ma pochissime persone ne parlano e ne prendono coscienza. Essi manipolano in modo patologico il mondo intero, presentandosi come paladini del Regno del Bene. Un meccanismo di ipnosi collettiva che è sempre all’opera”*.

Il lavaggio del cervello è sofisticato e va chiamato con il suo vero nome, se vi vuole contenerne gli effetti letali. I limitati spazi, un tempo aperti anche alle intelligenze controcorrente, si sono chiusi. Siamo in attesa di uomini valorosi, come negli anni Trenta contro il fascismo, insieme a intellettuali (quelli autentici), agli indignati, alle menti inquiete, a coloro che hanno pietà per i propri simili, a chi non deve vendere l’anima per dare un senso all’esistenza. La catarsi di una *rivoluzione culturale*, che resta il sale della storia, un giorno potrebbe forse indurci a gridare insieme a voce alta: basta, l’orsignori, adesso basta! D’ora in avanti, il popolo spegne i vostri funesti apparati, generatori di menzogne e turpitudini, e torna a calpestare i sentieri della verità e della vita. Si sta facendo tardi, non c’è più molto tempo.

di Alberto Bradanini per La Fionda. Bradanini è un ex-diplomatico. Tra i molti incarichi ricoperti, è stato anche Ambasciatore d’Italia a Teheran (2008-2012) e a Pechino (2013-2015). È attualmente Presidente del Centro Studi sulla Cina Contemporanea.

[1] “La supremazia di un gruppo sociale si manifesta in due modi, come dominio e come direzione intellettuale e morale. Un gruppo sociale è dominante dei gruppi avversari che tende a liquidare o a sottomettere anche con la forza armata, ed è dirigente dei gruppi affini e alleati. Un gruppo sociale può e anzi deve essere dirigente già prima di conquistare il potere governativo (è questa una delle

condizioni principali per la stessa conquista del potere); dopo, quando esercita il potere ed anche se lo tiene fortemente in pugno, diventa dominante ma deve continuare ad essere anche dirigente” (Quaderni del carcere, *Il Risorgimento*, p. 70).

[2] <https://swprs.org/the-propaganda-multiplier/>

[3] Russia Today e Sputnik sono raggiungibili se si accede dal motore di ricerca Brave e da cellulari

[4] Hammler riferisce ad esempio che, secondo un rapporto sulla copertura della guerra in Siria (iniziata nel 2011) da parte di nove grandi testate europee, il 78% degli articoli erano copiati in tutto o in parte dai resoconti di una di queste agenzie. Nessun articolo era basato su ricerche indipendenti. Di conseguenza, ça va sans dire, l'82% degli articoli pubblicati era a favore dell'intervento militare di Stati Uniti-Nato.

[5] <https://swprs.org/the-propaganda-multiplier/>

[6] Höhne 1977, p. 11.

[7] Blum 1995, p. 9

[8] Per dieci anni redattore dell'emittente TV tedesca ARD

[9] Luyendijk p.54ff

[10] Luyendijk 2009, p. 20-22, 76, 189

[11] Steffens 1969, p. 106

[12] https://en.wikipedia.org/wiki/Syrian_Observatory_for_Human_Rights

[13] Blum 1995, p. 16

[14] Steffens 1969, p. 234

[15] Tilgner 2003, p. 132

[16] <https://swprs.org/the-cia-and-the-media/>

[17] <https://swprs.org/the-propaganda-multiplier/>

[18] [Fred Bridgland - Wikipedia](#)

[19] È istruttivo scorrere le informazioni che si trovano su questo sito <https://swprs.org/media-navigator/>.

[20] (Altschull 1984/1995, p. 298)

[21] Chomsky 1997, *Cosa rende mainstream i media mainstream*

[22] Chomsky 1997

[23] <https://cambialmondo.org/2022/12/28/il-silenzio-degli-innocenti-come-funziona-la-propaganda/>

[24] <https://cambialmondo.org/2022/12/28/il-silenzio-degli-innocenti-come-funziona-la-propaganda/>