

manipolazione dell'opinione pubblica in democrazia

Inviato da Augusto Anselmo
martedì 26 gennaio 2010

Edward Bernays è un personaggio conosciuto in Italia solo fra gli addetti ai lavori, ma la biografia ed il lavoro di quest'uomo, che è stato considerato dal giornale Life come uno dei cento americani più influenti del ventesimo secolo, è di sicuro interesse anche per chi volesse capire come funziona il mondo della pubblicità e della persuasione occulta.

Bernays si autodefiniva "consulente in pubbliche relazioni"; oggi il suo lavoro si chiama "Spin doctor" (termine inglese la cui traduzione è : dottore del raggio, manipolatore di opinioni. è infatti un effetto particolare che si dà alla palla da baseball e il termine allude alla manipolazione delle notizie da divulgare). Lo Spin Doctor è dunque un esperto di comunicazione, colui che scrive discorsi per i personaggi pubblici, elabora strategie per le campagne elettorali, è portavoce di partiti, esperto di sondaggi, ecc.

Insieme ad Ivy Lee (soprannominato Poison Ivy per la spiccata capacità di "avvelenare" l'informazione), Edward Bernays fu un precursore nel comprendere quanta importanza potevano avere i mezzi di comunicazione di massa, le mode, i pettegolezzi, ecc. per manipolare l'opinione pubblica.

Edward Bernays non era un self made-man: le sue origini familiari la dicono lunga sulle conoscenze e le intuizioni che il nostro poteva avere sulla psiche umana e sulla psicologia sociale: era infatti figlio di Anna Freud Bernays (1859-1955) e dunque nipote di Sigmund Freud. (n.b. Anna, la sorella di Freud, non la figlia!)

Anna Freud fu la più fortunata delle sorelle Freud, dal momento che poté morire di morte naturale, in America, anziché sotto la 'doccia' di un campo di sterminio in Germania, come accadde invece alle quattro sorelle. Nata anche lei a Freiberg, terza figlia di Jacob e Amalia Freud, Anna era la più grande fra le sorelle Freud. Con Sigmund ebbe rapporti difficili. Del resto la mamma, Amalia, privilegiava apertamente il figlio maschio e questo non poteva che suscitare la gelosia di questa sorella che aveva solamente tre anni meno di lui, ma alla quale tutto era negato. Ad esempio Sigmund poteva avere una stanza tutta per sé, mentre le sorelle dovevano stare tutte nella stessa stanza.

Quando Anna decise di prendere lezioni di piano, Sigmund si oppose perché il rumore lo disturbava e minacciò di andarsene di casa. Nei suoi 16 anni, Anna amava leggere Balzac (1799-1850) e Dumas (1802-1870, ma il fratello Sigmund glielo proibì, perché non era roba per signorine. Freud inoltre sentiva Anna come un'usurpatrice, perché le toglieva parte delle attenzioni paterne.

Nell'ottobre del 1883, Anna Freud si sposò con Eli Bernays, fratello di Martha Bernays, fidanzata e futura moglie di Sigmund. I rapporti fra Anna, Eli e Sigmund per un certo periodo non furono buoni a causa di una questione di denaro: per questo Sigmund non partecipò al loro matrimonio.

La querelle familiare terminò quando Freud aiutò i Bernays ad emigrare in America, dove Eli diventò un ricchissimo uomo di affari. La coppia ebbe cinque figli ed Anna Freud Bernays morì quasi centenaria.

Edward Bernays era nato il 22 Novembre del 1891 a Vienna, ma crebbe, come si è detto, negli Stati Uniti, anche se

trascorse molte delle sue estati in Austria, per conoscere la sua famiglia e il famosissimo zio. Nel 1912 si laureò presso la Cornell University in agricoltura, ma scelse il giornalismo come sua prima occupazione. Nel 1913 cominciò a lavorare come consulente per organizzare concerti, spettacoli teatrali, ecc. fino a che, nel 1917, il Presidente americano Woodrow Wilson assunse George Creel e fondò il "Committee on Public Information." al quale parteciparono anche Bernays, Carl Byoir e John Price. Questo team doveva riuscire a convincere gli americani a partecipare alla Prima Guerra Mondiale, alla quale l'opinione pubblica fortemente si opponeva.

Come la storia ci insegna l'America poté entrare in guerra, dopo che gli americani furono convinti dallo slogan "Fare il Mondo Sicuro per la Democrazia". Nel 1919 Bernays era un uomo di successo, con molti appoggi politici: aprì dunque in quell'anno il suo primo ufficio come Consulente di Pubbliche Relazioni, a New York. Nel 1922 si sposò con Doris E. Fleischman e l'anno successivo pubblicò il libro *Crystallizing Public Opinion*, in cui cominciava a delineare le sue strategie di intervento nelle Pubbliche Relazioni.

L'idea di Bernays era fondamentalemente questa: sarebbe stato sicuramente più comodo se un comitato di saggi avesse potuto scegliere i dirigenti politici, dettare il comportamento pubblico e privato, decidere dell'abbigliamento e degli alimenti che la gente deve mangiare, ecc. Poiché però l'America era un Paese democratico, occorreva trovare altre strade per manipolare le opinioni e le abitudini delle masse e queste strade erano la propaganda e le pubbliche relazioni. Chi padroneggiava questi strumenti di intervento sociale costituiva il "governo invisibile", quello che dirigeva veramente il Paese.

Bernays osservava che, dei 120 milioni di abitanti che vi erano allora in America, solo pochissime persone erano veramente capaci di comprendere i processi mentali e i modelli sociali delle masse: questo piccolo gruppo di persone tirava le fila, controllava l'opinione pubblica, sfruttava le vecchie forze sociali esistenti, inventando altri modi per organizzare il mondo e di guidarlo.

Per organizzare la società democratica dunque, secondo Bernays, era necessario costituire questa struttura invisibile che, legando inestricabilmente innumerevoli gruppi e associazioni, costituiva lo strumento attraverso il quale il regime democratico poteva organizzare il proprio pensiero collettivo.

Nella sua analisi storica, Bernays osservava che la Rivoluzione Industriale ottocentesca era riuscita a trasferire il potere dalla aristocrazia alla borghesia: il rischio che al tempo si correva era dunque che il popolo minuto, le masse, potessero giungere al potere. Occorreva, secondo Bernays, profilare una reazione, plasmando l'opinione delle masse, in modo da convincerle ad orientare la forza acquisita nella direzione voluta.

La propaganda, sosteneva Bernays, doveva essere l'organo esecutivo del governo invisibile: dirigenti invisibili dovevano controllare il destino di milioni di esseri umani. Questo in ogni caso non era solo un problema delle democrazie: qualsiasi tipo di ordinamento sociale, monarchico, repubblicano, democratico o comunista; tutti hanno bisogno del consenso dell'opinione pubblica per realizzare i loro progetti.

Il consulente di PR così come lo intendeva Bernays era dunque colui che, servendosi dei mezzi di comunicazione, si incaricava di far conoscere una determinata idea al grande pubblico. Nel farlo, studiava i gruppi che il suo cliente voleva raggiungere ed individuava dei leader che potessero facilitare l'approccio. Influenzando il leader infatti, automaticamente si influenzava anche il suo gruppo di riferimento. I colleghi meno influenti del leader avrebbero con il tempo imitato gli atteggiamenti del leader, contribuendo così alla diffusione dell'idea.

Le idee dell'opinione pubblica, ammoniva Bernays, non dovevano essere attaccate frontalmente, ma occorreva trovare un comune denominatore fra gli interessi del venditore e quello degli acquirenti. Clienti di Bernays furono gruppi come Procter & Gamble, CBS, the United Fruit Company, the American Tobacco Company, General Electric, Dodge Motors, il Public Health Service.

Raccontiamo dunque alcune delle sue famose campagne di persuasione, a cominciare da quella del bacon (pancetta) per la Beechnut Packing. Per promuovere le vendite di questo taglio di carne, Bernays condusse una ricerca, intervistando un campione di medici per chiedere loro che tipo di prima colazione ritenessero migliore per la salute: meglio una prima colazione leggera o sostanziosa? La maggior parte dei medici riferì che riteneva più indicata una prima colazione sostanziosa. Queste conclusioni furono inviate a 5.000 medici, insieme ad una pubblicità che suggeriva di mangiare eggs and bacon (uova e pancetta) per rendere la colazione più sostanziosa. Ebbe successo questa campagna? Per rispondere, basti dire che eggs and bacon è ancora oggi considerata la colazione tipica degli americani.

Bernays capì che per rendere credibile un'idea o vendere un prodotto doveva esserci una «terza parte indipendente» che se ne rendesse garante. Creò quindi numerosissimi Enti e Organizzazioni "indipendenti", che sfornavano studi «scientifici» e comunicati stampa, i quali venivano così a mescolarsi e a sovrapporsi con quelli emessi da Istituzioni veramente serie e indipendenti.

La più famosa campagna di Bernays rimane comunque quella elaborata per l'American Tobacco Company. A metà degli anni Venti, alle donne era vietato di fumare in pubblico. Consultandosi con lo psicoanalista A.A. Brill, Bernays capì che ciò che le donne desideravano a quei tempi era comportarsi pubblicamente allo stesso modo degli uomini. Così, durante la parata di Pasqua di New York del 1929 Bernays pagò delle ragazze per partecipare alla sfilata, come se fossero suffragette. Al suo segnale, queste donne accesero delle sigarette. Naturalmente non mancava una nutrita schiera di fotografi, assoldati per immortalare l'"evento", che la stampa definì un'accensione di "torce di libertà". Fu un fatto di cui si parlò in tutto il mondo e, da allora, il fumo fra le donne divenne un segno di emancipazione.

Nel 1928 Bernays pubblicò il libro "Propaganda" (recentemente pubblicato in Italia per la prima volta per la Fausto Lupetti editore), un libro sintetico ma perfino troppo eloquente sulle tecniche messe a punto da Bernays. Del resto, come dice lo storico Scott Cutlip, Bernays era un uomo molto brillante, ma anche molto "fanfarone" (braggart).

Secondo un altro scrittore, Irwin Ross, il nostro si vantava spesso, come è ovvio, di essere il nipote di Sigmund Freud e poi in qualche modo si proponeva alle aziende in difficoltà come psicoanalista per il management e per la scelta degli investimenti. Il suo interesse per la psicoanalisi lo portò anche, negli anni Venti, ad occuparsi personalmente della traduzione in inglese del libro dello zio, Introduzione alla psicoanalisi. I suoi riferimenti teorici, oltre quelli psicoanalitici, furono Ivan Pavlov, Gustave Le Bon e Wilfred Trotter.

Nel 1923 Bernays cominciò ad insegnare anche Pubbliche Relazioni presso la New York University e si interessò della campagna politica del futuro presidente Calvin Coolidge, nel 1924.

La più estrema propaganda politica di Bernays fu invece condotta per conto della United Fruit Company (oggi Chiquita Brands International) situata negli Stati Uniti, che controllava gran parte del terreno agricolo del Guatemala. Il governo americano aveva allora interesse a rimuovere il presidente democraticamente eletto (1951) Jacobo Arbenz Guzman (Operation PBSUCCESS). Arbenz Guzmán infatti aveva tentato di nazionalizzare la United Fruit Company (UFC), offrendo alla compagnia il compenso di 600.000 dollari, il valore dichiarato dalla Compagnia: molto inferiore alla realtà, per evitare la tassazione.

Nel 1952 il Partito Comunista dei Lavoratori Guatemalteco venne legalizzato; l'UFC e le banche che la sostenevano, collaborarono dunque con la CIA per persuadere l'amministrazione statunitense che Arbenz era un comunista e che stava aprendo la strada a una presa del potere da parte dei comunisti. L'amministrazione americana ordinò alla CIA di sponsorizzare un colpo di stato, rovesciando il governo e costringendo alla fuga Arbenz Guzmán. Bernays si occupò specificamente di far circolare le informazioni su Arbenz fra i maggiori giornali americani. Per il suo lavoro alla United Fruit, sembra sia stato pagato 100.000 dollari all'anno, un guadagno enorme negli anni cinquanta.

Per la Aluminum Company of America (Alcoa), convinse invece il pubblico americano che la fluoridificazione dell'acqua era utile per la salute. Questo obiettivo fu raggiunto grazie alla collaborazione dell'American Dental Association.

Nel 1965 uscì una sua biografia, *Biography of an Idea: Memoirs of Public Relations Counsel Edward L. Bernays*. Bernays cercava disperatamente il suo posto nella storia e con questo libro creò le basi per essere ricordato come il creatore della sua professione, il consulente di Pubbliche Relazioni. Spesso fu anche deriso dai suoi colleghi per queste sue chiarissime auto-promozioni.

Morì a 104 anni, nel Marzo del 1995, lasciandoci indubbiamente una significativa eredità, che è stata raccolta in varie parti del mondo.

Ironia della sorte, suo ammiratore della prima ora fu il nazista Goebbels, che conservava il libro *Propaganda*, di Bernays, nella sua biblioteca e che, ispirandosi a queste teorie, costruì la campagna nazista contro gli ebrei. Chiaramente quella campagna non fu frutto di improvvisazione; fu pensata, pianificata e realizzata attraverso l'attuazione delle idee dell'ebreo Bernays. Basterebbe forse questo particolare per dimostrare che il lavoro di Bernays non serviva a risolvere i conflitti della società democratica e a creare ordine sociale, come diceva l'autore, ma poteva servire anche a sovvertire la democrazia.

Per chi non l'avesse ancora letto:

Edward Bernays

PROPAGANDA

della manipolazione dell'opinione pubblica in democrazia

Fausto Lupetti Editore

Lo Spin