Le elezioni manipolate

Punto critico

Inviato da : Francesco Urru

Pubblicato il : 27/2/2009 9:39:15

Dal Blog di Claudio Messora leggo e vi riporto quanto segue:
"I TG e i maggiori quotidiani sono associazioni a delinquere finalizzate al controllo dell'informazione e alla manipolazione dell'opinione pubblica. Fatevene una ragione. Le ultime evidenze arrivano dalle elezioni regionali in Abruzzo e da quelle sarde. ...segue

Il principio è semplice, ed è lo stesso applicato nel marketing. Innanzi tutto: se una cosa la vedi, allora esiste. Bisogna far passare il marchio. La parola d'ordine è: mostrare ovunque il nome del candidato da spingere.
Inquadrature chiare, definite, nomi e volti ben in evidenza. Di contro, l'identità dell'avversario deve essere sfumata, poco riconoscibile. Le scritte e simboli che lo riguardano devono essere confusi, meglio se parzialmente coperti.
L'audio gioca un ruolo fondamentale. In un caso chiaro, cristallino, forte, ben equalizzato. Nell'altro distante, difficilmente percepibile, annacquato nel riverbero ambientale per dare l'impressione di scarsa professionalità.
Anche il contesto è importantissimo. Da un lato si sceglie un palazzetto dello sport ripreso da particolari angolazioni, studiate in modo da farlo sembrare stracolmo - cosa che, dati alla mano, non è - e si montano immagini di sostenitori entusiasti. Dall'altro si mandano registrazioni di luoghi bui, piccole sale claustrofobiche, prediligendo spezzoni di scarso effetto, dove magari l'atmosfera è fiacca.
Le parole usate da speaker e giornalisti poi sono la ciliegina sulla torta. Accuratamente studiate secondo i dettami della programmazione neuro linguistica (PNL), insegnata nei circoli giovanili di Marcello Dell'Utri da Antonio Meneghetti. Al candidato da sostenere ci si riferisce come al prossimo possibile governatore, all'altro come all'ex governatore, creando un immaginario nel quale il passato e il futuro sono realtà consolidate e incontrovertibili. Ancora, nel primo caso si parla di programmi e potenzialità, nel secondo si sottolineano problemi e si delinea una personalità chiusa, che gioca in difesa.

E come la mettiamo con la par condicio? Suvvia, ragazzi: siamo italiani. Un po' di creatività, per favore...
Innanzitutto disponiamo del più formidabile cavallo di troia mai concepito. Il Presidente del Consiglio. Con la scusa del dovere di informare sulle attività di governo, può essere ripreso e mandato in onda costantemente. Specialmente durante il silenzio stampa che precede i giorni del voto. I suoi prestanome godono così di una vetrina pre-elettorale importantissima, dato che le elezioni si vincono proprio negli ultimi giorni.
Secondariamente, nel mondo degli affari tutto è oggetto di compra-vendita, conseguenza di un'analisi cinica basata sul modello costi-benefici.
Quanto costa violare la par condicio? Meno, infinitamente meno rispetto a quello che si perderebbe non piazzando il figlio del commercialista di famiglia in una posizione chiave come quella di governatore della Regione Sardegna. Meglio occupare l'informazione locale, con uno squilibrio di esposizione vicino a percentuali da dittatura sudamericana, e pagare dopo qualche anno

un'ammenda ridicola.
Basta comprare a prezzi da rigattiere interi chilometri di coste non edificabili e rivenderle subito dopo aver deliberato che è possibile costruirvi alberghi e villaggi turistici. Con gli spiccioli delle mance ai camerieri ci si paga la multa e ci si toglie dalle palle l'Autorità Garante per le Telecomunicazioni.

Non so se Soru sarebbe stato la scelta giusta per la Sardegna. Non so se Cappellacci riuscirà nonostante tutto a fare qualcosa di buono. Tutto quello che so è che i risultati elettorali sono stati alterati con l'inganno, e questo mi basta.

L'unica Italia possibile è un'Italia libera dai metodi berlusconiani. Dopodichè ben vengano destra, sinistra, comunisti, leghisti, giustizialisti, libertari, democratici e liste civiche. Ma devono giocare tutti ad armi pari.