

“PROPAGANDA, MEDIA E CONSPIRAÇÃO EM ACÇÃO”

Entrevista a Larry Romanoff

Entrevista em PDF



Realizada por Elvia Politi para Saker Italia

Apresentamos a entrevista que tivemos a honra de fazer com um dos maiores especialistas mundiais em "propaganda". Larry Romanoff debruça-se há anos sobre o tema da manipulação e da gestão de consensos como instrumento dos governos (e daqueles que manobram esses governos) em relação à opinião pública. Ou seja, em relação a cada um de nós. Através da sua análise lúcida e da simples evidência dos "factos", não só revela alguns dos casos mais recentes como nos ensina a reconhecer as campanhas de propaganda. E como combatê-las.

Na entrevista:

- *O que é a propaganda e qual o seu objectivo*
- *O caso Covid e as duas guerras mundiais*
- *Realidade e ficção, a teoria da conspiração*
- *A evolução da propaganda, como e onde se aplica actualmente*
- *A propaganda geopolítica*
- *Evitar a lavagem ao cérebro*

Elvia Politi (E.P.) -- Um tema muito oportuno e urgente, a propaganda é um fenómeno que todos compreendem mas que é difícil de codificar. Larry, pode explicar-nos o que é a propaganda e qual é o seu objectivo?

LARRY ROMANOFF (L.R.) -- Uma definição simples de propaganda é que a mesma, é a divulgação de informação destinada a manipular a opinião pública afim de aceitar um determinado ponto de vista ou incentivar uma determinada causa política. De um modo geral, é um método de controlo da população pelos que detêm o poder político ou financeiro. A propaganda está quase sempre associada a informações de natureza tendenciosa ou enganosa, consistindo numa mistura de factos, meias-verdades e mentiras. A propaganda não é apenas manipulação psicológica, é igualmente, manipulação "psiquiátrica" destinada a afectar as emoções das pessoas e, através delas, a controlar o seu pensamento e comportamento. Emprega a teoria comportamental extraída principalmente dos ensinamentos de Sigmund Freud e, na sua pior forma, é sempre insidiosamente manipuladora, **utilizando os medos ou os anseios mais profundos das pessoas** a fim de criar a aceitação de um determinado ponto de vista, de se tornarem emocionalmente carregadas em relação a esse conceito e de conduzirem a acções de algum tipo.

A propaganda tem sido fundamentalmente utilizada com o objectivo de inflamar o público de uma nação a fim de apoiar uma guerra e de conceber e promover mudanças sociais.

A propaganda evita os factos, dado que é concebida para criar respostas emocionais em apoio a um determinado objectivo e, assim, desencoraja activamente o exame racional do processo. A propaganda lida com insinuações. Em quase todas as campanhas de propaganda, se os factos - o verdadeiro conteúdo nelas incluído - fosse declarado abertamente, seriam rejeitados de imediato e sujeitos apenas ao ridículo.

Um aspecto importante da propaganda é a influência emocional persistente que exerce sobre nós. Visto que este processo psicológico adulterado afecta os nossos medos e anseios mais profundos, ficamos surpreendentemente relutantes em abandoná-lo depois de ele se ter instalado. Quando adoptamos os argumentos contidos numa campanha de propaganda, resistimos fortemente a qualquer pressão para alterar a nossa posição. O processo psicológico é tão poderoso que, mesmo quando nos são apresentadas provas irrefutáveis do contrário, continuamos a duvidar, a hesitar e a supor que pode haver outra explicação. [Recusamo-nos, simplesmente, a aceitar que acreditámos em mentiras.](#)

E.P. – Vemos, frequentemente, nos seus artigos, uma relação estreita entre os testes "psíquicos" e os testes "in vivo". Podemos pensar que a pandemia de Covid também pertence a esta categoria e talvez não seja o primeiro caso. Um ponto interessante é a ligação entre a manipulação de massas (nível psicológico) e uma acção real e tangível, como a propagação de um vírus e de vacinas. Trata-se de algo que afecta não só o nível cognitivo, mas também o nível físico...

L.R. -- Sim, a maior parte da propaganda destina-se a produzir uma resposta emocional seguida de uma acção concreta. [Era esse o objectivo da "campanha de raiva" da City de Londres contra a Alemanha, antes da Primeira e da Segunda Guerra Mundial;](#) utilizando aquilo a que chamamos a "pornografia de atrocidades" para incendiar as emoções dos britânicos e depois, dos europeus e dos americanos, para que não só odiassem os alemães, mas ficassem suficientemente enraivecidos para quererem uma guerra. A COVID foi uma situação idêntica, assim como a ZIKA: propaganda de várias categorias, todas com o objectivo de suscitar emoções suficientes para levar o público a querer ser vacinado, no caso da COVID; e a forçar os governos latinos a mudarem as proibições do aborto livre, no caso da ZIKA.

No entanto, também funciona ao contrário. Tanto **Bernays** como **Huntington**^[1] afirmavam que, para que a democracia funcionasse correctamente, era necessário um elevado grau de "[apatia e de não envolvimento](#)" por parte das pessoas, pelo que, nesse caso, a propaganda foi concebida para encorajar o desinteresse e a falta de participação no "*processo democrático*". As emoções do público eram (e ainda são) inteiramente orientadas para a participação no processo eleitoral, mas para depois mudarem para o desejado não envolvimento no governo real do país, e no comportamento e nas acções dos representantes eleitos.

E.P. -- Podemos pensar que a utilização excessiva das técnicas de propaganda pode levá-las a ultrapassar os seus limites? Estou a pensar, por exemplo, quando as campanhas de informação ultrapassam a linha da realidade factual, apesar dos fracassos económicos, políticos, militares evidentes. Haverá então um momento em que a propaganda passa da realidade à ficção?

L.R. -- A propaganda é sempre uma passagem do facto à ficção. Baseia-se em falsidades ou meias-verdades, alimentando-nos com informações erradas num contexto psicológico, destinadas não só a levar-nos a uma conclusão incorrecta, mas também para atizar as nossas emoções sobre o acontecimento ou circunstância e induzir-nos a apoiar acções inadequadas.

Um exemplo notório e actual é a propaganda sobre a "militarização dos mares do Sul da China", efectuada pela China. A China descobriu essas ilhas (muito perto de si) há milhares de anos e sempre foram reconhecidas pelo mundo como pertencentes à China. Mas, com o objectivo de iniciar uma guerra, os génios/gnomos da City de Londres, utilizando os americanos como instrumentos, encorajaram outras nações asiáticas a reivindicar e ocupar subitamente as ilhas mais estratégicas e a militarizá-las, preparando-as para instalar nelas, armas nucleares dos EUA. Os chineses, como é óbvio, não sendo indiferentes ao que estava a acontecer, começaram imediatamente a construir em algumas das ilhas restantes, de modo a terem alguma defesa contra o que era, claramente, uma grave provocação militar. Mas os meios de comunicação social, sendo propriedade dos propagandistas, não nos fornecem nenhum historial ou pormenor inquietante. Dizem-nos simplesmente que a China está a criar instalações militares nos mares do Sul da China (verdadeiro), ameaçando, logicamente, todos os seus vizinhos sem provocação (falso). A história é contada de forma a criar uma reacção emocional e um julgamento rígido, levando-nos a apoiar acções agressivas contra a China. As histórias sobre a Rússia, sobre o Iraque, Irão, Líbia, Síria e Venezuela são precisamente as mesmas, baseadas em mentiras e meias-verdades, de forma a forçar-nos, literalmente, a uma reacção emocional de apoio às acções que os propagandistas planearam antecipadamente.

E.P. -- Muitas vezes, quando falamos sobre factos, verdade e mentira, pensamos nas designadas teorias da conspiração. Qual é a linha ténue entre a verdade/ou a análise e a teoria da conspiração?

L.R. -- Talvez não exista essa linha. No mundo real, praticamente todos os comentários públicos são críticos ou inquiridores e qualificar-se-ão como "análise em busca da verdade". O número real de pessoas que imaginam conspirações onde elas não existem, será muito pequeno e pode ser ignorado, pois as suas versões imaginativas são geralmente óbvias e tolas. As suspeitas de mentira ou de prevaricação por parte dos nossos governos e das nossas autoridades são perfeitamente válidas, quando nos privam de todos os factos necessários - o que, de um modo geral, acontece.

O termo "teoria da conspiração" foi transformado num adjectivo depreciativo que é surpreendentemente prejudicial para a reputação daqueles a quem o rótulo é aplicado, sugerindo instabilidade mental e várias deformidades psicológicas que levam as pessoas a inventar uma versão dos acontecimentos que é puramente fantasiosa. Hoje em dia, o termo é utilizado pelas autoridades e pelos meios de comunicação social para denegrir qualquer pessoa que rejeite a explicação oficial de um acontecimento, considerando-a efectivamente como uma pessoa atrasada mental, com ideias que apenas merecem ser ridicularizadas. Isto é tão verdade que até mesmo médicos, cientistas e engenheiros altamente qualificados que contestam qualquer parte da história oficial são descartados desta forma. A utilização deste adjectivo é, em si mesma, uma forma viciosa de propaganda destinada a prejudicar ou mesmo a destruir a reputação de um indivíduo, de tal modo que a ameaça de ser assim rotulado, impede muitas pessoas conscienciosas de se pronunciarem.

Mas, na realidade, a rejeição das explicações ou narrativas "oficiais" é justificada pelo facto óbvio de que os governos, as autoridades e os meios de comunicação social parecem hoje mentir cada vez mais sobre quase tudo ou, pelo menos, fornecer apenas meias verdades e tentativas de induzir em erro. A própria existência destas teorias da conspiração e a rejeição da narrativa oficial que as acompanha é o resultado directo de uma profunda falta de confiança nos nossos governos, nas autoridades, nos líderes empresariais e religiosos e nos meios de comunicação social. As sociedades tornaram-se cada vez mais cínicas e com boas razões para tal. Muitas destas suspeitas do passado ("teorias da conspiração") "acabaram por se revelar verdadeiras, embora, normalmente, só depois de passadas muitas décadas e de todos os participantes terem falecido.

Na prática, qualquer indivíduo que desafie uma campanha de propaganda revelando os pormenores cruciais ocultos de um acontecimento é unanimemente ridicularizado pelos governos e pelos meios de comunicação social como um "teórico da conspiração" perturbado. E o público em geral, que não tem acesso imediato à verdade e aos pormenores, também tende a rejeitar esses indivíduos e, deste modo, a verdade permanece muitas vezes escondida.

E.P. -- Se aplicarmos um critério histórico e temporal à propaganda, podemos analisar a sua evolução desde o passado até ao presente. Qual é a sua fase actual?

L.R. -- A propaganda começou, provavelmente, de forma mais ou menos inocente, com os governos a quererem encorajar o patriotismo e a lealdade e a evitar o descontentamento popular, publicando mensagens do tipo "*Vejam como fazemos o nosso melhor*" ou "*Vejam como somos prudentes e responsáveis*". Ainda hoje é feita por todos os governos, embora a intenção esteja geralmente enterrada em vários acontecimentos noticiosos e artigos de opinião nos meios de comunicação social. No entanto, à medida que o conhecimento dos fundamentos da manipulação psicológica humana foi aumentando, os usos da propaganda aumentaram com a compreensão das

técnicas e, em geral, viraram-se para fins mais nefastos. Sempre nos ensinaram no Ocidente que a antiga URSS era o pior exemplo na história de tais práticas desagradáveis mas, em factos facilmente comprováveis, foram os países ocidentais os que aperfeiçoaram a prática e que a utilizaram ao extremo.

Uma das primeiras e mais extensas utilizações da propaganda relacionou-se com a criação e disseminação do conceito de que a democracia é o ponto culminante de todas as formas de governo, de tal modo que a teoria da democracia eleitoral foi transformada numa religião tão sagrada que é agora, por natureza, inquestionável. No entanto, a própria criação desta forma de governo foi inventada pelos judeus europeus como uma forma de remover monarcas onipotentes e de dividir as nações com o objectivo de fragmentar o poder político. Este processo foi feito principalmente com o objectivo de pôr fim às expulsões frequentes dos judeus da maior parte das nações, bem como de proporcionar o enquadramento para o controlo desse poder a partir dos bastidores. Abordei este assunto num capítulo de um E-book sobre Democracia, que pode ser acedido aqui. [2]

Após este grande êxito, a propaganda foi durante muitas décadas utilizada principalmente para conduzir campanhas de ódio contra uma nação desfavorecida, para induzir o povo a apoiar uma guerra. Tendo provado a eficácia dos princípios da propaganda, por outras palavras, a eficácia da manipulação em massa da "*mente do público*", a teoria e a prática daquilo a que hoje chamamos propaganda foram alargadas a praticamente todos os aspectos da vida quotidiana. Tornou-se uma característica proeminente da educação, dos negócios, da publicidade e amplamente reconhecida como o instrumento preponderante para efectuar as mudanças sociais desejadas. Infelizmente, é agora cada vez mais evidente que estas mudanças sociais são "*desejáveis*" apenas por aqueles que as querem concretizar, sendo o público mal informado, verdadeiramente, o "*rebanho desnordeado*" que é manipulado e conduzido em qualquer direcção escolhida pelos mestres da propaganda.

Hoje em dia, as agências de publicidade utilizam precisamente as mesmas táticas para nos fazerem comprar, quer sejam sacos LV (Louis Vuitton) escandalosamente caros ou fraldas descartáveis. Um exemplo de publicidade e de marketing de produtos é o da Proctor and Gamble (P&G) na sua determinação de comercializar fraldas descartáveis na China. A P&G foi a primeira empresa cliente de Bernays, no início dos anos 1900 e dominou a arte da propaganda manipuladora a um nível extraordinário. O problema era que as mães chinesas preferiam as fraldas de pano e resistiam fortemente aos substitutos descartáveis de plástico. A P&G contratou equipas de psicólogos e psiquiatras para ultrapassar esta relutância. Fizeram-no descobrindo que os receios mais profundos de uma mãe eram o sucesso futuro do seu filho e, em seguida, conceberam um esquema em que provavam, através de "estudos", que uma criança que usasse fraldas descartáveis teria um sono mais longo e mais confortável do que com fraldas de pano, o que levaria a uma maior inteligência e a um maior sucesso. Claro que esta afirmação é ridícula e, se fosse dita abertamente, seria recebida com riso.

Mas as manipulações inteligentes da propaganda não declaram abertamente as razões. A publicidade limita-se a despertar os medos a um nível emocional profundo e fornece insinuações e sugestões quanto à solução, deixando que as mães liguem os pontos e concluam que as fraldas descartáveis da P&G são a chave para o sucesso do seu filho. Funcionou lindamente; a empresa criou uma grande mudança social na sociedade chinesa, usando as mesmas técnicas de propaganda que foram aplicadas para iniciar guerras.

E.P. -- Olhando internamente para a forma como a propaganda está estruturada, compreendemos que se trata de uma mistura complexa de muitas disciplinas, técnicas e níveis de acções/ferramentas. Uma vez que ninguém vai colocar o rótulo "propaganda" num anúncio ou num noticiário, como podemos reconhecer uma campanha de propaganda? Quais são as ferramentas mais utilizadas atualmente?

L.R. -- Preparei duas séries de artigos sobre Propaganda, a primeira descrevendo a descoberta e os usos que foram dados à propaganda, *Bernays e a Propaganda*, [3] e a segunda sobre *Propaganda e os Media*, [4] que estão disponíveis online para os leitores interessados, pelo que não me vou alongar sobre estes temas aqui.

Não é difícil reconhecer quando nos está a ser imposta uma campanha de propaganda planeada. Todas as iniciativas deste tipo requerem, literalmente, uma inundação de cobertura dos meios de comunicação social - que é o instrumento fundamental para influenciar a mente do público. No caso do vírus da COVID-19, por exemplo, nenhuma doença, nem mesmo uma pandemia, exige que o público seja inundado 24 horas por dia, 7 dias por semana, com notícias do dia do juízo final em todos os meios de comunicação social. Pelo contrário, uma campanha de propaganda exige-o. **Sempre que assistimos a uma cobertura mediática que surge frequentemente, sem que haja uma razão para tal, sabemos que estamos a ser sujeitos a uma campanha de propaganda.**

Mas mais importante do que compreender os mecanismos e as técnicas da propaganda, talvez seja estar ciente das áreas em que a propaganda intensamente planeada foi utilizada no passado e onde hoje continua a ser utilizada.

A propaganda continua a ser usada principalmente para iniciar guerras e efectuar mudanças sociais e, se lhe fosse dada uma escolha clara, nenhuma dessas áreas seria desejada pela população mundial. Para o conseguir, a mensagem tem de ser repetida centenas de vezes até que todo o público mundial esteja infectado com a mensagem. Nenhuma outra "notícia" ou "evento" se enquadra nesta categoria. Assim, uma "inundação" de exposição negativa nos media contra qualquer raça ou contra qualquer nação é tão necessária como meio de preparação para a guerra que, por definição, é

uma campanha de propaganda orquestrada destinada a inflamar as nossas emoções contra essa raça ou contra essa nação.

Veja-se o caso de **Kamila Valieva**, a patinadora artística russa de 15 anos que, aparentemente, falhou um teste químico. Em todos os Jogos Olímpicos, há talvez 50 indivíduos que falham um teste por uma razão ou por outra. Estes testes, raramente, ou nunca, são mencionados nos meios de comunicação social, mas o teste de Kamila (e apenas o teste de Kamila) foi um tema diário em todos os meios de comunicação social do mundo durante meses. Nunca houve qualquer prova de que esta pequena estrela tivesse chumbado num teste, mas o acontecimento foi criado como uma campanha viciosa para denegrir a Rússia, destruindo no processo, a carreira brilhante de uma criança. Se os leitores estiverem interessados, abordei este assunto num extenso artigo [5]. No entanto, não se tratou de um acontecimento; muitos americanos, europeus e asiáticos também falharam nos testes de despistagem de drogas nos mesmos Jogos Olímpicos. Porque é que não foram mencionados? [Porque as Eminências Pardas da City de Londres viram a oportunidade de uma vitória propagandística espectacular contra a Rússia.](#) Por mais nenhuma outra razão.

Mencionei acima as ilhas nos mares do Sul da China e tem havido muitos mais eventos mediáticos deste tipo envolvendo a Rússia, a China, o Iraque, o Irão e outros países. Lemos, interminavelmente, notícias sobre as empresas chinesas Huawei, Tik-Tok e muitas outras. Todas elas têm o mesmo objectivo: exaltar os ânimos, provocar juízos duros contra uma nação e preparar emocionalmente as populações para apoiarem uma guerra que os propagandistas querem. E, tal como no caso da COVID, quando os nossos meios de comunicação social são inundados 24 horas por dia com estes temas, sabemos que estamos a ser sujeitos à propaganda de guerra, a um ódio de cada vez.

Qualquer cobertura mediática frequente que envolva qualquer tipo de mudança social é um identificador quase certo de uma campanha de propaganda. Por natureza e definição, as mudanças sociais são evoluções que ocorrem, natural e espontaneamente, sem fingimento, e ocorrem tão lentamente que, raramente ou nunca, atraem mais do que uma atenção ocasional. [Mas consideremos hoje as investidas dos meios de comunicação social sobre os benefícios dos alimentos geneticamente modificados, das alterações climáticas, da mudança de sexo e da sexualização das crianças, da súbita barragem de cobertura mediática das "preferências sexuais" dos LGBTQ+, da inundação recente de elogios mediáticos aos casamentos entre pessoas do mesmo sexo, do constante impulso para a imigração \(verdadeira\) estrangeira, especialmente na Europa.](#) Todas elas são mudanças sociais enormes, nenhuma delas ocorrendo natural ou espontaneamente e todas elas sujeitas à necessária "inundação" de cobertura mediática, à repetição da mensagem centenas de vezes, todas elas incluindo as ferramentas psicológicas para desencadear as respostas emocionais necessárias e a acção apropriada (ou, pelo menos, a não-acção e a conformidade).

E.P. -- Alargando a visão, podemos falar de propaganda "geopolítica"? Na sua obra, concentrou-se na propaganda dos Estados Unidos, que são

provavelmente os "melhores da classe". Enquanto os Estados Unidos praticavam a propaganda, o que acontecia na Europa e no resto do mundo? Existem outros países que seguiram a mesma experiência?

L.R. -- Sim, claro. Actualmente, todos os assuntos diplomáticos são aventuras de propaganda. Temos as "*campanhas de ódio*" contra a Rússia, contra a China, Irão e Venezuela. Temos sido propagandeados para aceitar e acreditar que as chamadas "**sanções**", que são escandalosamente contrárias a toda a lei e moralidade, fazem agora parte da moral mais elevada e que as apreensões de divisas e do ouro dos governos da Rússia e da Venezuela são justificadas pela lei e pela moralidade. **Temos também as apreensões dos bens e de propriedades de russos individuais, mais uma vez supostamente justificadas por algum mal inerente ao facto de serem russos.** E, mais uma vez, se as argumentações subentendidas fossem declaradas abertamente, seriam completamente rejeitadas como sendo ilegais e criminosas, um comportamento totalmente fora da lei. Mas as premissas não são declaradas abertamente e não nos são dados quaisquer factos, sendo deixada para nós, a tarefa de ligar os pontos e concluir que todos os russos "merecem" essa punição.

Não é possível separar os EUA e a Europa em termos de propaganda, uma vez que tudo provém de uma única fonte da City de Londres e todos os meios de comunicação social do mundo, especialmente nos países ocidentais, são propriedade do mesmo pequeno grupo de pessoas que se limitam a seguir instruções. Os EUA aparecem com mais destaque porque são a maior economia, com o maior exército e o maior Departamento de Estado, e que se destacam na promoção de si mesmos como sendo o maior país e polícia do mundo. **Mas tudo o que acontece de importante nos EUA e na Europa é coordenado, tudo é lido a partir do mesmo guião.** Países como a Rússia e a China são, na sua maioria, irrelevantes para tudo isto. Qualquer "propaganda" que empreguem destina-se apenas às audiências internas e dificilmente se qualifica como propaganda porque esses países estão perigosamente sob ataque, e estão apenas a defender-se. O Ocidente, os EUA e a Europa, é que estão a conduzir campanhas de propaganda a nível mundial.

Uma das principais características da propaganda actual é o controlo quase total da informação que existe no Ocidente. Um grupo de pessoas com as mesmas ideias e que aderem à mesma agenda pode propagandear a maior parte da população ocidental sem que ninguém se aperceba de que algo de invulgar está a acontecer. **Os principais meios de comunicação social em todos os países ocidentais, sendo quase inteiramente detidos ou controlados pelos judeus, farão eco destes sentimentos, chegando esta desinformação a um público ocidental muito vasto.** E o Google, sendo um ovo do mesmo ninho, criará então um algoritmo que seleccionará apenas estes artigos e documentos, suprimindo toda a informação contrária nas pesquisas. O resultado é que qualquer pessoa que queira pesquisar este tópico obterá apenas a propaganda. **Para ajudar esta situação, as redes sociais ocidentais, como o Facebook e o Twitter, vão apagar, suprimir ou banir completamente a verdade dos acontecimentos, designando-os como "desinformação".** E ninguém se aperceberá de que isto está a acontecer.

O mesmo aplica-se a todos os assuntos importantes da actualidade. É o que está a ser feito hoje com o conflito entre a Rússia e a Ucrânia, incluindo a destruição do gasoduto Nordstream. Foi feito da mesma forma com todos os factos sobre a COVID, **enquanto se enterravam os efeitos nocivos das injeções de mRNA que são promovidas como "vacinas"**. É o que está a ser feito hoje em dia em muitas outras áreas, sendo talvez a mais notável, o súbito impulso dado aos **LGBTQ+** e a ênfase na **seleção do género a partir do jardim de infância**, e outro tópico assustador é **a adopção silenciosa do suicídio assistido** por todas as nações ocidentais. Nestas matérias, os pais estão a ser retirados do circuito de informação, **as escolas e os professores estão a ter, subitamente, o direito legal de encorajar mudanças de género nas crianças sem notificar os pais e as crianças com apenas 10 anos de idade terem agora o direito legal de pedir um suicídio assistido**, estando os pais proibidos de interferir.

Está a ser feito o mesmo, para preparar as populações ocidentais para a Terceira Guerra Mundial, com as campanhas de ódio incessantes que estão a ser conduzidas contra a Rússia, contra a China e contra o Irão, com todos os meios de comunicação ocidentais a serem inundados com "notícias" falsas e odiosas, fabricadas deliberadamente, sobre estes países. Estas campanhas foram feitas exacta e precisamente da mesma forma, para condicionar as pessoas a aceitar as duas primeiras guerras mundiais. O modelo que está a ser seguido é idêntico e, quase certamente, voltará a produzir o resultado desejado.

Outra categoria é o Fórum Económico Mundial (**WEF**), com o seu mantra promovido de **"não terás nada e serás feliz"**. Todas estas e outras mais, são campanhas de propaganda clandestina actualmente, em vigor, inventadas por um pequeno grupo de pessoas na City de Londres e propagandeadas em todo o mundo, pelo poder dos meios de comunicação social.

A propaganda tornou-se uma espécie de forma de arte, aperfeiçoada com precisão pela longa prática e experiência dos seus autores e é utilizada para criar vastas mudanças sociais, bem como conflitos militares. É muito importante reconhecer que nenhuma destas questões é "acidental" em qualquer sentido, nem representa um desenvolvimento ou evolução social natural. Pelo contrário, todas elas foram cuidadosamente planeadas e estão a ser executadas com o mesmo cuidado.

Os problemas do mundo actual com a propaganda não são tão simples como o facto dos nossos governos nos mentirem. No passado, a propaganda era apoiada principalmente por aquilo a que chamávamos "persuasão moral", utilizando preceitos elevados como a manipulação psicológica para pressionar o público a aceitar os princípios propostos. A situação mudou. **O uso reforçado da propaganda hoje em dia está associado a um aumento assustador, nos governos ocidentais, de uma mentalidade claramente fascista de "estado policial", sendo o seu poder utilizado como "executor" da propaganda imposta às suas populações.** Os países europeus têm tido muitas experiências deste género, nomeadamente de uma brutalidade policial espantosa contra os cidadãos. Muitas campanhas de propaganda actualmente em vigor

estão sujeitas a uma medida alarmante desta aplicação. [No caso da iniciativa LGBTQ+, os pais são ameaçados com acções judiciais se resistirem aos esforços do governo para "mudar o sexo" dos seus filhos.](#)

Nas campanhas de vacinação contra a COVID, como forma de pressão, as pessoas foram ameaçadas com a perda de emprego, retirada de serviços sociais e até mesmo congelamento das suas contas bancárias. Os médicos viram as suas licenças médicas revogadas por se atreverem a questionar a narrativa oficial da COVID. [No Canadá, durante um protesto anti-vacinação de um grupo de camionistas, o governo promulgou uma lei que permitia à polícia apreender e vender os camiões \(no valor de 200.000 dólares cada\) para "ajudar a pagar os custos" do protesto.](#) Todos os manifestantes que puderam ser identificados viram as suas contas bancárias congeladas, deixando-os sem acesso a dinheiro ou a crédito. [Os fundos que foram angariados pelo público em geral para ajudar a apoiar os manifestantes, foram confiscados pelo governo.](#)

Tudo isto serve para apoiar a propaganda, para tornar a resistência demasiado dolorosa de suportar. Os governos ajustaram drasticamente as suas tácticas, já não parecendo preocupados com a aceitação ou crença do público na propaganda, mas sim em impor o cumprimento do comportamento desejado, recorrendo cada vez mais à força para garantir esse cumprimento e fazendo-o, cada vez mais abertamente e sem hesitação.

Os meios de comunicação social sempre foram parte integrante de qualquer campanha de propaganda, o que prova, por si só, que os proprietários dos meios de comunicação social estão a agir em concertação com os propagandistas, o que é, por definição, uma "conspiração". As tácticas dos meios de comunicação social também foram ajustadas, com o que parece ser uma força acrescida na sua ânsia de condenar qualquer refutação pública dos princípios da propaganda ou das acções desejadas. A combinação de decretos governamentais, leis draconianas, violência policial e outras outras formas de violência e a intensa pressão dos meios de comunicação social, criam uma força virtualmente onipotente e a resistência parece ser inútil.

E.P. -- Assim sendo e tendo esclarecido como e para onde se move a propaganda, poderia dar-nos o seu conselho para sobreviver à propaganda e às grandes mudanças nas nossas vidas que ela divulga?

L.R. -- Em primeiro lugar, temos de reconhecer que qualquer tema noticioso, mesmo uma catástrofe grave como a fusão do reactor de Fukushima, no Japão, aparece nas notícias apenas durante alguns dias antes de dar lugar a outros acontecimentos mais actuais. Sempre que um tema aparece nos meios de comunicação social com frequência e durante um período prolongado, isso é uma prova 'prima facie' (à primeira vista) de que está a ser feita uma campanha de propaganda contra nós. Compreendam isto.

Em seguida, pergunte a si próprio se concorda com o que a propaganda está a propor ou com a direcção para a qual está a empurrá-lo.

Considera mesmo necessário fazer desfiles públicos (que incluem o seu Primeiro Ministro) para "celebrar" o incesto, a sodomia, a bestialidade, o sexo com crianças pequenas, como "preferências" sociais?

O seu país tem desfiles para "celebrar" a actividade heterossexual?

Concorda que os professores devem poder mudar o género das crianças sem o conhecimento dos pais?

Acredita realmente que os alimentos geneticamente modificados são seguros?

Tem realmente uma razão válida para odiar tanto os russos e os chineses a ponto de querer matá-los todos?

Querem mesmo que o vosso país esteja cheio de estrangeiros que não partilham a vossa cultura, as vossas crenças ou os vossos valores?

Quer mesmo não ter nada e ser feliz?

Informem o vosso governo e os meios de comunicação social que percebem o que eles estão a fazer e que se recusam a aceitar as suas orientações. Os protestos de rua podem ser reprimidos por meio da violência policial, mas ninguém pode reprimir um público considerável que se recusa a sofrer uma lavagem cerebral.

*

[A obra completa do Snr. Romanoff](#) está traduzida em 32 idiomas e postada em mais de 150 sites de notícias e de política de origem estrangeira, em mais de 30 países, bem como em mais de 100 plataformas em inglês. Larry Romanoff, consultor administrativo e empresário aposentado, exerceu cargos executivos de responsabilidade em empresas de consultoria internacionais e foi detentor de uma empresa internacional de importação e exportação. Exerceu o cargo de Professor Visitante da Universidade Fudan de Shanghai, ministrando casos de estudo sobre assuntos internacionais a turmas avançadas de EMBA. O Snr. Romanoff reside em Shanghai e, de momento, está a escrever uma série de dez livros relacionados com a China e com o Ocidente. Contribuiu para a nova antologia de Cynthia McKinney, '[When China Sneezes](#)' com o segundo capítulo, "[Lidar com Demónios](#)".

O seu arquivo completo pode ser consultado em

<https://www.blumoonofshanghai.com/> + <https://www.moonofshanghai.com/>

Pode ser contactado através do email:

2186604556@qq.com

*

NOTAS

[1] Democracy, the Most Dangerous Religion

<https://www.bluemoonofshanghai.com/wp-content/uploads/2023/07/Democracy-The-Most-Dangerous-Religion.pdf>

[2] Democracy, the Most Dangerous Religion

<https://www.bluemoonofshanghai.com/wp-content/uploads/2023/07/Democracy-The-Most-Dangerous-Religion.pdf>

[3] Bernays and Propaganda

<https://www.bluemoonofshanghai.com/wp-content/uploads/2022/10/BERNAYS-AND-PROPAGANDA-.pdf>

[4] Propaganda and The Media

<https://www.bluemoonofshanghai.com/wp-content/uploads/2022/11/ENGLISH-PROPAGANDA-and-THE-MEDIA.pdf>

[5] Kamila Valieva - The World's Ice Angel

<https://www.bluemoonofshanghai.com/wp-content/uploads/2022/02/Kamila-Valieva-Feb-20-2.pdf>

**Copyright © Larry Romanoff, Blue Moon of Shanghai, Moon of Shanghai,
2023**

Tradutora: Maria Luísa de Vasconcellos

Email: luisavasconcellos2012@gmail.com