

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

# A Propaganda Política Soviética

*Uma análise de dez cartazes de 1917 a 1945*

Guilherme Luthemaier Zardo

PORTO ALEGRE, JULHO DE 2010

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

# A Propaganda Política Soviética

*Uma análise de dez cartazes de 1917 a 1945*

Guilherme Luthemaier Zardo

Monografia apresentada como pré-requisito para a  
obtenção do título de Bacharel em Comunicação  
Social – Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Maria Helena Weber

PORTO ALEGRE, JULHO DE 2010

## RESUMO

Este trabalho intitulado “A Propaganda Política Soviética – Uma análise de dez cartazes de 1917 a 1945.” abrange a análise de dez cartazes da propaganda política soviética que se situam entre o ano de 1917 e o ano de 1945. Os objetivos são o resgate do contexto histórico de cada peça, a explicitação dos conceitos ideológicos propagados pelo regime e a demonstração das técnicas persuasivas utilizadas por aquela propaganda. A fundamentação se dará a partir da recomposição da história daquele período e do estudo de escritos clássicos sobre propaganda política, teoria comportamental, semiótica e mitologia.

**Palavras-Chave:** Propaganda Política. Propaganda Soviética. Análise da Imagem. Cartaz.

## **ABSTRACT**

This research entitled “The Soviet Political Advertising – An analysis of ten posters from 1917 to 1945” comprises the analysis of ten posters of soviet political advertising situated between the years 1917 to 1945. The objectives are the rescue of historical context of each piece, to make explicit the ideological concepts propagated by the regime and the demonstration of persuasive techniques utilized by that advertising. The substantiation will be by recomposition of the history from that period and from the study of classical texts about political advertising, behavioral theory, semiotics and mythology.

**Key Words:** Political Advertising. Soviet Advertising. Analysis of Image. Poster.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>6</b>
<b>1. O CONTEXTO HISTÓRICO DA REVOLUÇÃO RUSSA .....</b>	<b>10</b>
1.1. OS ANTECEDENTES DA REVOLUÇÃO.....	10
1.2. A TOMADA DO PODER .....	14
1.3. A GUERRA CIVIL E O EXÉRCITO VERMELHO .....	17
1.4. A PROPAGANDA SOVIÉTICA .....	19
1.4.1. O Partido e a Propaganda .....	19
1.4.2. A Sociedade Industrial e a Propaganda .....	24
1.4.3 O Realismo Socialista .....	25
<b>2. POLÍTICA, COMPORTAMENTO E PROPAGANDA .....</b>	<b>29</b>
2.1. A PROPAGANDA POLÍTICA .....	29
2.2. A TEORIA COMPORTAMENTAL .....	33
2.3. OS CINCO PRINCÍPIOS DA PROPAGANDA POLÍTICA .....	37
2.4. OS VALORES DA PROPAGANDA SOVIÉTICA .....	40
<b>3. ESTUDO DOS CARTAZES .....</b>	<b>44</b>
3.1. METODOLOGIA .....	44
3.1.1. Procedimentos Metodológicos .....	45
3.1.2. O Cartaz .....	46
3.1.3. A Semiótica e a Mitologia .....	48
3.2. CARTAZ 1 – O IMPERIALISMO .....	53
3.2.1. Leitura e Análise – O Imperialismo .....	54
3.3. CARTAZ 2 – A INDUSTRIALIZAÇÃO .....	56
3.3.1. Leitura e Análise – A Industrialização.....	57
3.4. CARTAZ 3 – A BURGUESIA .....	61
3.4.1. Leitura e Análise – A Burguesia .....	62
3.5. CARTAZ 4 – O MILITARISMO .....	65

3.5.1. Leitura e Análise – O Militarismo .....	66
3.6. CARTAZES 5, 6 E 7 – A MULHER .....	68
3.6.1. Leitura e Análise – A Mulher .....	70
3.7. CARTAZES 8, 9 E 10 – O OPERÁRIO .....	74
3.7.1. Leitura e Análise – O Operário .....	76
3.8. ANÁLISE GERAL .....	79
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>80</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>82</b>

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> “Morte ao Imperialismo Mundial” .....	53
<b>Figura 2:</b> “Lenin e a Eletrificação” .....	57
<b>Figura 3:</b> “Todas na Eleição” .....	61
<b>Figura 4:</b> “Netos de Suvorov e Filhos de Chapaev” .....	65
<b>Figura 5:</b> “Ajude a Eliminar o Analfabetismo.” .....	68
<b>Figura 6:</b> “Mulher, Construa o Socialismo.” .....	69
<b>Figura 7:</b> “Mantenha sua Boca Fechada.” .....	69
<b>Figura 8:</b> “Vamos Descartá-lo.” .....	74
<b>Figura 9:</b> “Falsos Trabalhadores Super-Produtivos” .....	75
<b>Figura10:</b> “Toda a Batida do Martelo Acerta o Inimigo.” .....	75

## LISTA DE SIGLAS

**URSS** (*Soyuz Sovetskikh Sotsialisticheskikh Respublik*):

- União das Repúblicas Socialistas Soviéticas;

**CHEKA** (*Chrezvychaynaya Komissiya*):

- Comissão Extraordinária de toda a Rússia para o Combate à Contra-Revolução, Sabotagem e Especulação;

**NKVD** (*Narodnyy Komissariat Vnutrennikh Del*):

- Comissariado do Povo para Assuntos Internos;

**KGB** (*Komitet Gosudarstvennoy Bezopasnosti*):

- Comitê de Segurança do Estado;

**NEP** (*Novaya Ekonomiceskaya Politika*):

- Novas Políticas Econômicas;

**GOELRO** (*Gossudarstennii Eliektifikatsia Rossíya*):

- Comissão Estatal para Eletrificação da Rússia;



## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1:</b> Leitura Cartaz 1 .....	54
<b>Tabela 2:</b> Leitura Cartaz 2 .....	58
<b>Tabela 3:</b> Leitura Cartaz 3 .....	62
<b>Tabela 4:</b> Leitura Cartaz 4 .....	66
<b>Tabela 5:</b> Leitura Cartaz 5 .....	70
<b>Tabela 6:</b> Leitura Cartaz 6 .....	71
<b>Tabela 7:</b> Leitura Cartaz 7 .....	72
<b>Tabela 8:</b> Leitura Cartaz 8 .....	76
<b>Tabela 9:</b> Leitura Cartaz 9 .....	77
<b>Tabela 10:</b> Leitura Cartaz 10 .....	77
<b>Tabela 11:</b> Quadro Resumo .....	79

## INTRODUÇÃO

Não é menor o valor da influência da sociedade soviética na formação do contexto do século XX quando comparado com episódios que alteraram sistemas sociais, políticos e econômicos. O Estado fundado pelos bolcheviques em 1917 impactou diretamente todos os regimes similares vindouros e lançou as bases da teoria “marxista-leninista”, que estruturou os programas políticos de muitos partidos comunistas do século passado. Segundo Hobsbawn, sem os “revolucionários profissionais” de Lenin seria difícil imaginar que “em pouco mais de trinta anos após Outubro um terço da raça humana se visse vivendo sob regimes comunistas”. (HOBSBAWN, 2008, p.79)

Difícil conceber a sustentação de tal empresa ideológica sem o aparato que servia a propagação da revolução: a confluência de diversas técnicas persuasivas auxiliou a estruturação do maior exemplo de “Estado Propaganda” já conhecido. Barreto explicita que este tipo de estrutura de poder se caracteriza pelo “fato de a propaganda invadir tudo, condicionar tudo, envolver todas as coisas com uma diáfana embalagem de ideologia e significados”. (BARRETO, 1966, p.23)

A propaganda política soviética produziu uma enorme quantidade de material e o resgate histórico-social dessas peças mostra como aquele regime visava controlar seus cidadãos, além de refletir um específico momento histórico; destaca-se que trabalhos nesse sentido não são abundantes. Daí a importância de uma pesquisa que objetive analisar algumas destas peças: recuperar a história da comunicação do regime bolchevique. Nesta pesquisa, a análise visa os seguintes objetivos específicos: identificar os valores ideológicos de cada cartaz, identificar as principais técnicas persuasivas e situar cada peça no seu espaço histórico.

Para isso, quanto à metodologia, serão expostas algumas das teorias que fundamentem o estudo das técnicas persuasivas da propaganda política, além de serem identificados os sistemas de segunda ordem a partir dos seus significantes correspondentes e, também, serão recuperados os respectivos ambientes sociais, políticos e econômicos dos cartazes.

O corpus foi selecionado de acordo com algumas delimitações, a primeira delas visou impedir que as análises ficassem muito breves, por isso se procurou evitar cartazes com poucos significantes; a segunda é referente à delimitação histórica, para impedir uma superficialidade na contextualização selecionou-se peças dos anos de 1917 a 1945, apenas; o terceiro fator levou em consideração peças que refletissem uma pluralidade das Leis da Propaganda Política de Domenach (edição eletrônica, acessado em 21/06/2010) e dos valores de Barreto (1966). As seis últimas peças foram divididas em dois grupos com o intuito de expor a repetição dos símbolos.

Na primeira parte desta pesquisa será necessário resgatar o contexto histórico, o ambiente, em que estavam inseridos emissores e receptores e para isso serão utilizados os estudos de Kenez (2006), Hobsbawn (2008) e Reed (1997). Cada conteúdo estava ligado a uma situação específica e os cidadãos reagiam às mensagens em função deste contexto, que formava o imaginário da época. Os antecedentes da revolução de 1917, um estado imerso em uma guerra desastrosa guiado por um governo instável, levaram os bolcheviques ao poder em decorrência, principalmente, da assimilação de sua proposta pelas camadas pobres da população e pela falta de um forte concorrente que disputasse o governo unindo as diversas correntes contrárias à sublevação operária.

As dificuldades enfrentadas pelo novo governo resultaram numa guerra civil que exacerbou o papel do exército vermelho, inaugurando o militarismo soviético. Assim como a

assimilação das funções políticas e administrativas pelo partido bolchevique, em conjunto com a incorporação do Soviete dos Deputados dos Trabalhadores de Petrogrado pelo mesmo partido, proporcionaram a dinâmica necessária para centralizar o controle dos métodos de produção e veiculação de conteúdo ideológico. É relevante o papel da sociedade industrial do começo do século XX na formação dos sujeitos envolvidos neste processo, visto que nessa época criaram-se condições que propiciaram o alastramento rápido das mensagens políticas, como a concentração urbana, a explosão demográfica e os avanços nas tecnologias da comunicação. Também é necessário notar a criação publicitária na era Pós-Lenin (1917-1924) como resultado de um movimento artístico, quase político, chamado realismo socialista, que homogeneizava o padrão estético de todas as peças de propaganda; as pesquisas de Moraes (1994) serão utilizadas neste ponto.

Lenin foi um dos ideólogos da propaganda política: os seus “revolucionários profissionais”, através dos princípios da denúncia e da palavra de ordem, difundiram o “marxismo-leninismo”. Conhecer algumas das técnicas que essa forma de propaganda política, como outras, utilizaram para atingir o seu público, explorando suas fraquezas, importa para analisar as peças desta pesquisa; isso é feito na segunda parte deste trabalho. Tchakhotine (1967) aplicou os estudos dos reflexos condicionados de Pavlov para explicar a manipulação da propaganda política, além de entrelaçar as teorias freudianas para clarificar as relações entre as massas os líderes, assim como Domenach (edição digital, acessado em 21/06/2010), que enumerou os cinco princípios nos quais se embasa a propaganda ideológica. Também, Barreto (1966) lista os principais valores encontrados nas peças de propaganda dos regimes de Lenin e Stalin.

A terceira e última etapa inicia com a apresentação detalhada dos procedimentos metodológicos, seguida da exposição das funções que o cartaz exerce como peça gráfica,

segundo Moles (1974). A seguir, serão explicitadas as teorias que fundamentam a análise semiótica e mitológica dos cartazes, de acordo com Peirce (apud. Joly, 2002), Saussure (2000) e Barthes (1982). A análise dos cartazes é a última e principal etapa desta pesquisa.

## 1. O CONTEXTO HISTÓRICO DA REVOLUÇÃO RUSSA

O papel da situação histórica vivenciada pelos atingidos pela máquina de propaganda soviética é relevante para reconstituir o ambiente em que eles estavam inseridos, o que é necessário para conceber o sentido de cada peça. Afinal, elas visavam dizer algo a alguém em determinada situação e assumiam um ambiente determinado para a difusão das mensagens. O resgate do contexto social, político e econômico, além dos desafios enfrentados pelos bolcheviques após a tomada do poder são necessários para compreender a função de cada cartaz porque a maioria dos problemas soviéticos originou-se, ou tornaram-se conhecidos, em decorrência da complexa situação em que estava inserida a Rússia nos primeiros anos do século XX.

### 1.1. OS ANTECEDENTES DA REVOLUÇÃO

A construção da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas se insere dentro do quadro geral dos fatos que são o estopim do começo do século XX, tornando, assim, a evolução dessa nação um reflexo dos acontecimentos históricos que marcaram a trajetória desse século, ocupando setenta e quatro anos desde o seu começo, em 1917, até o colapso de 1991, que alterou a configuração mundial.

Conforme Kenez (2006), após a abolição da servidão, em 1861, a Rússia czarista, sob o comando de Alexandre II, conhecido como o czar reformador, vivenciou um turbulento período de readaptação, onde todas as suas instituições sociais necessitaram um novo molde, porquanto a estrutura servil sedimentava todas as bases sociais. Com a preservação da tradicional instituição da comuna camponesa, que periodicamente redistribuía terras, fixando

os trabalhadores no campo, os estadistas russos viam-se em uma situação complicada: embora temessem um êxodo rural em massa, necessitavam de mão-de-obra urbana para sustentar o crescimento industrial proposto por Sergei Witte, Ministro das Finanças do governo de Alexandre III, chamado de o czar reacionário.

Pode-se afirmar que as mudanças, pragmáticas e levadas a cabo por punhos de ferro, industrialização forçada e imposta à custa da liberdade de produção de bens de consumo, sofridas por aquele país no final do século XIX, eram uma prévia das políticas econômicas stalinistas dos anos trinta. Tal paradigma, logicamente, levou ao surgimento de um novo estrato social: o aglomerado e insalubre proletariado urbano das principais cidades em vias de industrialização. Sobre o quadro social desses anos, Kenez assim diz:

“As tensões cada vez mais visíveis na sociedade russa da virada do século resultavam não da estagnação, mas da mudança dinâmica. O governo czarista esforçava-se por manter a autocracia intacta numa época de profunda transformação econômica e social. O país precisava de pessoas instruídas para gerir a nova indústria; precisava de engenheiros, advogados e médicos; mas os ministros czaristas temiam tanto o poder subversivo da educação que se recusavam a apoiar o ensino geral. (...) O movimento revolucionário ganhava força. Os assassinatos de funcionários czaristas e membros da corte imperial criavam um ambiente de crise.”  
(KENEZ, 2006, p.17-8)

Em 22 de Janeiro de 1905, segundo o calendário gregoriano, a sociedade russa assistiu o episódio conhecido posteriormente como Domingo Sangrento, prelúdio da agitação operária, uma amostra do que aconteceria em treze anos, o ataque desmedido das forças czaristas a uma passeata pacífica que requeria maior abertura política, reforma agrária e tolerância religiosa provocou o descontentamento da sociedade civil com o governo de Nicolau II. Kenez (2006) ainda salienta que a autocracia esteve seriamente ameaçada durante meses, porém reteve o poder através de sistematizadas repressões e oportunas concessões, inaugurando alguns anos de liberdade vigiada para uma Duma, o parlamento recém-criado

criado com o documento conhecido como o Manifesto de Outubro, combinada de partidos que emergiam de um desafogo da restrição política aprendendo a articular sob o rígido olhar da censura.

É também possível conceber a derrota da Revolução de 1905 como um reflexo do despreparo de diversos setores em assumir uma postura de liderança que aproveitasse a derrocada do prestígio do governo monárquico, como sugere Kenez: “Nenhum dirigente foi capaz de assumir o controlo do movimento revolucionário. As vagas de actividades revolucionárias entre operários, soldados e camponeses mantiveram-se descoordenadas, não podendo por isso reforçar-se mutuamente.” (KENEZ, 2006, p.20)

Muito menos do que prostrar os ânimos dos adversários do regime, a derrota da revolução de 1905 trouxe ensinamentos e experiência para os partidos políticos e para as organizações operárias, que, a partir dessa época, organizaram-se em *soviets*, palavra que significa ‘conselho’: entidade dinâmica e efervescente, era capaz de “mobilizar rapidamente as forças proletárias e assim canalizar as energias revolucionárias” (KENEZ, 2006 p.20). Os políticos socialistas revolucionários e sociais-democratas – os dois principais partidos da esquerda russa – tão cedo perceberam a importância dessas entidades como catalisadoras do processo revolucionário que não tardaram a iniciar, lentamente, uma aproximação e integração com esse organismo civil.

Interessante destacar, objetivamente para ressaltar a singularidade eventual necessária para guiar uma minoria política ao controle máximo de um país, a composição do Partido Operário Social Democrata Russo. Reed (1997), espectador direto dos acontecimentos de Outubro de 1917, explicita que duas vertentes da citada agremiação se diziam socialistas marxistas, os bolcheviques (bolchinstvo, maioria em russo), e os mencheviques (menchinstvo,



minoría em russo). Transformados em fração minoritária após 1905, os bolcheviques eram partidários da imediata sublevação da classe operária, nesse ponto diferenciando-se dos mencheviques, adeptos da “revolução natural”, lenta e segura. Reed (1997) cita ainda a presença dos mencheviques internacionalistas, mais radicais e contrários a qualquer coalizão com a burguesia e também os social-democratas internacionalistas unificados, compostos majoritariamente por intelectuais simpatizantes de Máximo Górkí, principal representante dessa fração partidária.

“Os bolcheviques propõem a imediata insurreição proletária e a conquista do poder governamental a fim de acelerar a realização do socialismo, exigindo a posse das indústrias, da terra, das riquezas naturais e instituições financeiras. É o partido que representa o operariado das fábricas, mas também uma importante fração dos camponeses pobres.” (REED, 1997, p.27)

A evolução natural do quadro desfigurador da Rússia czarista não pode ser compreendida sem a observação da relevância do papel da Primeira Grande Guerra no contexto do começo do século XX. A “guerra das trincheiras” se arrastou por penosos quatro anos, contrariando todas as expectativas dos países beligerantes e trouxe como conseqüências rupturas e levantes em diversos países, incluindo a Rússia. Como diz Hobsbawn:

“Mas nada parecia mais provável de que era isso que iria acontecer mesmo, porque a Grande Guerra acabou em generalizado colapso político e crise revolucionária, sobretudo nos Estados beligerantes derrotados. Em 1918, todos os quatro governantes das potências derrotadas (Alemanha, Áustria-Hungria, Turquia e Bulgária) perderam os seus tronos.” (HOBSBAWN, 2008, p.67)

Se a Primeira Guerra Mundial forçou a queda do governo monárquico, ou apenas catalisou tal desenlace, é uma pergunta complexa, difícil de responder de forma sucinta, mas, citando Hobsbawn: “o regime czarista mal se recuperara da revolução de 1905, quando, indeciso e incompetente como sempre, se viu mais uma vez açoitado por uma onda de descontentamento social em rápido crescimento.” (HOBSBAWN, 2008, p.67). Daí conclui-se

que o czar fracassou em manter o poder por incapacidade de se adaptar às mudanças, entre elas o decorrer da guerra e as gigantescas alterações no seio da sociedade.

## 1.2. A TOMADA DO PODER

Em Dois de Março de 1917, Nicolau II abdica o trono em favor do seu irmão, que recusa o poder. Segundo Kenez (2006), menos do que uma ação direta dos revolucionários socialistas, a queda do czar pode ser entendida como fruto da crescente quebra na cadeia de comando do império: soldados, revoltados com a condução da guerra e com os milhões de mortes resultantes de estratégias militares mal refletidas, constantemente desafiavam e recusavam-se a cumprir ordens de seus oficiais, entre eles destacam-se os cossacos que, por temerem que a provável guerra civil prejudicasse ainda mais o país no conflito mundial, hesitavam em reprimir e sufocar as crescentes e constantes manifestações de operários e soldados, os “camponeses de uniforme”. Sobre a abdicação imperial, Hobsbawn salienta:

“Quando, após quatro dias de caos, elas se amotinaram, o czar abdicou, sendo substituído por um governo liberal provisório, não sem certa simpatia e mesmo ajuda dos aliados ocidentais da Rússia, que temiam que o despreparado regime do czar saísse da guerra e assinasse uma paz em separado com a Alemanha.”  
(HOBSBAWN, 2008, p.71)

O governo provisório logo instaurado refletia uma imediata e ilusória tentativa de conciliação entre os diversos setores descontentes com os rumos que a economia e a guerra infundiam na sociedade civil. Desses grupos, o mais influente e dominante era, sem dúvida, os políticos da burguesia liberal, conhecidos como cadetes, por isso a Revolução de Fevereiro de 1917 pode ser entendida, numa análise um tanto simplista, como uma revolução liberal.

Ressalta-se a quase insignificância política dos deputados do Partido Operário Social Democrata nessa época, com destaque para a minoria bolchevique.

“Assim, em vez de uma Rússia liberal e constitucional voltada para o ocidente, disposta a combater os Alemães, o que resultou foi um vácuo revolucionário: um “governo provisório” impotente de um lado, e do outro uma multidão de “conselhos” de base (soviets) brotando espontaneamente por toda a parte, como cogumelos após as chuvas.” (HOBBSAWN, 2008, p.66)

Como expresso por Hobsbawn, com o decorrer dos meses, de fevereiro até outubro daquele ano, os socialistas revolucionários e mencheviques aumentam seu prestígio em decorrência da ascendente importância do Soviete dos Deputados dos Trabalhadores de Petrogrado, criado em 1905. Aleksander Kerenski, socialista revolucionário, deputado da Duma e vice-presidente do citado soviete, era figura proeminente e principal líder dessa fase da revolução, tornando-se, alguns meses depois, primeiro-ministro russo.

A simples desistência da guerra era condição quase impossível de ser alcançada sem pagamento de alto preço, porquanto o território russo ainda estava ocupado pelos exércitos da Tríplice Aliança e a possibilidade de angariar condições favoráveis em um tratado de paz com os alemães fosse extremamente difícil. Kenez (2006) ressalta que, nesse contexto, com a indignação popular, camponesa e operária crescendo em consonância com a revolta militar dos soldados que não viam fim em um morticínio que se estendia havia três anos, estabeleceu-se um difícil panorama para a concepção de um governo provisório estável, visto que este ensejava contrariar os anseios da maioria da população, sem citar a dificuldade de administrar outras questões de suma relevância, como a autonomia reivindicada pelas minorias do império russo multinacional e a reforma agrária.

Os principais líderes bolcheviques, por se oporem desde o início à Guerra Mundial, foram exilados pelo governo imperial, mas com a revolução de Fevereiro puderam retornar à

capital Petrogrado. Stalin e Kamenev foram os primeiros, seguidos por Lenin, que contou com a ajuda dos alemães para reingressar ao seu país, pois o retorno fomentaria um desequilíbrio nas forças políticas. Durante aquele ano, lentamente, os bolcheviques conquistaram espaço até a tomada do poder em Novembro, tendo ganhado maior notoriedade com o fracasso do golpe encabeçado pelo ex-general czarista Kornilov, que objetivava restabelecer a monarquia. Esse acontecimento alertou a sociedade civil sobre o perigo do retorno à temida antiga ordem e fortaleceu o discurso bolchevique colocando-os como virtuais vítimas e, concomitantemente, como detentores da verdade ao vaticinarem o risco da contra-revolução. Kenez explicita:

“O incidente vinha aparentemente confirmar que a direita política ameaçava a revolução, como haviam sempre defendido os bolcheviques, e que os leninistas eram os únicos não comprometidos pela colaboração com a burguesia. Eles tinham apelado aos trabalhadores e aos soldados para tomar o poder e, durante a revolta de Kornilov, os trabalhadores e os soldados mostraram que tinham de fato uma força considerável.” (KENEZ, 2006, p.46)

Com sua máxima: “Pão, Paz, Terra”, Lenin e os bolcheviques souberam ouvir os apelos e necessidades dos camponeses, operários e soldados. Na verdade este foi o principal motivo que os favoreceu a arrebatar o poder das mãos do governo provisório em Outubro, segundo Hobsbawn “quando chegou a hora, mais que tomado, o poder foi colhido.” (HOBSBAWN, 2008. p.70). A ascensão bolchevique, da revolução liberal de Março até a Revolução de Outubro, considerando os diversos erros políticos e hesitações do governo provisório, se concebe como o resultado da identificação dos camponeses e, principalmente do *soviete* de operários, com o programa da minoria do partido operário social-democrata, como salienta Hobsbawn:

“A reivindicação básica dos pobres da cidade era pão, e a dos operários entre eles, melhores salários e menos horas de trabalho. A reivindicação básica dos

80% de russos que viviam da agricultura era, como sempre, terra. Todos concordavam que queria o fim da guerra. (...) O *slogan* 'Pão, Paz, Terra' conquistou logo crescente apoio para os que o propagavam, em especial os bolcheviques de Lenin, que passaram de um pequeno grupo de uns poucos milhares em Março de 1917 para um quarto de milhão de membros no início do verão daquele ano." (HOBSBAWN, 2008, p.71)

### 1.3. A GUERRA CIVIL E O EXÉRCITO VERMELHO

Depois de conturbados meses procurando governar um país imerso na anarquia, realizou-se uma das maiores iniciativas dos bolcheviques para retirar o país dos subterrâneos da Primeira Guerra Mundial: o tratado de Brest-Litovski. Com cláusulas extremamente favoráveis aos alemães, o pacto praticamente doou os territórios da atual Ucrânia, Bielorrússia, Países Bálticos, Polônia e Finlândia. Fato este de menor impacto para o diligente partido operário social-democrata, porquanto seria de catastróficas proporções, segundo Kenez (2006), um embate entre as forças alemãs e o recém-formado, ainda engatinhava fracamente, exército vermelho.

No primeiro semestre de 1918 seria exagero afirmar a existência de um exército branco, as forças contra-revolucionárias compunham um contingente quase insignificante, porém guardavam o seu poder em zonas distantes, aonde a propaganda bolchevique chegava fraca e tardiamente. Formado por forças de ex-oficiais imperiais, como os proeminentes Aleksander Kolchak e Anton Denikin, o chamado exército branco supria-se de ajuda técnica, efetivos militares (embora pequenos) e suprimentos através das potências ocidentais e da Europa Central. Tal desenlace das forças envolvidas culminava, novamente, em prerrogativa bolchevique para robustecer o caráter mundial de sua revolução, exaltando um possível

conluio capitalista feito para bloquear a difusão da revolução proletária pela Europa e Estados Unidos. Hobsbawn reitera o apoio externo ao exército branco:

“Os aliados não viram motivos para serem mais generosos com o centro da subversão mundial. Vários exército e regimes contra-revolucionários (“brancos”) levantaram-se contra os soviéticos, financiados pelos aliados, que enviaram tropas britânicas, francesas, americanas, japonesas, polonesas, sérvias, gregas e romenas para o solo russo.” (HOBSEBAWN, 2008, p. 70.)

Difícil não ressaltar o aumento progressivo e extraordinário, da revolução até o final da guerra civil (1917 – 1922), do número de soldados do exército vermelho. Os combatentes da revolução bolchevique eram recrutados, inicialmente, entre entusiásticos operários, em maior número, e camponeses. Com o decorrer da guerra civil, o intelectual Leon Trotsky percebeu que, além de impor o alistamento obrigatório, era necessário conjugar forças com setores inicialmente inimigos dos operários, mas que eram necessários para a criação e administração técnica duma força militar de proporções condizentes com as dimensões do país: os antigos oficiais do regime czarista:

“No final da guerra Civil, os bolcheviques, através de uma vasta propaganda, além do recrutamento, tinham já construído um exército de cinco milhões –incomparavelmente maior do que as forças conjuntas dos seus inimigos. Apenas uma pequena percentagem deste exército participava nos combates; a maioria fornecia apoio e serviços administrativos. Numa época de anarquia, o novo estado precisava de todo o apoio que podia ter.” (KENEZ, 2007, p.61.)

Foi um fato marcante do processo revolucionário a difícil convivência entre os revolucionários e os cidadãos contrários à ideologia social marxista que, por força da necessidade, eram mantidos em suas funções, muitas delas de influência na esfera pública, pois era necessário sustentar o funcionamento econômico e administrativo do país. As terras distribuídas aos camponeses (chocando-se com o idealizado fim da propriedade privada), a presença de técnicos não-alinhados com o socialismo em diversas áreas profissionais

necessárias para a governabilidade e a manutenção de parte da estrutura burocrática czarista nos serviços públicos são exemplos de concessões feitas pelos bolcheviques.

#### 1.4. A PROPAGANDA SOVIÉTICA

Para explicar a estruturação da produção de conteúdo ideológico na URSS é necessário focar três diferentes abordagens. A primeira retoma o papel do partido como centralizador da divulgação e criação dos materiais, já a segunda refere-se ao contexto da sociedade industrial do começo do século XX na ambientação dos sujeitos envolvidos na emissão e recepção das mensagens, abordagem estudada por Tchakhotine (1967) e Domenach (edição eletrônica, acessado em 21/06/2010), e a última considera a criação artística vinculada a um movimento histórico, o Realismo Socialista; Moraes (1994) concebe a propaganda soviética desse modo, aglutina a conceituação de diversas peças, discursos, sob um condicionante maior.

##### **1.4.1. O Partido e a Propaganda**

O Partido era o cérebro das ações revolucionárias. Essa instituição servia pra reunir e difundir a ideologia e, posteriormente, desenvolveu-se em órgão centralizador da administração e do governo, partindo dele todas as medidas relativas às políticas econômicas, marciais e sociais, dinamizando o aparelho decisório e difundindo as práticas socialistas pelos quatro cantos da Rússia, não obstante sempre com extrema dificuldade para alcançar as áreas rurais e obter o apoio do setor social que foi o baluarte de sua vitória: os camponeses. Após o ano de 1917 nota-se um entrelaçamento das funções partidárias com as funções do Soviete

dos Operários de Petrogrado, ademais se pode figurar que este conselho deliberativo foi, aos poucos, incorporado pelo Partido Operário Social Democrata, quando controlado pelos bolcheviques. Sobre a abrangência funcional da estrutura partidária, Kenez assim diz:

“O partido interferia em todos os aspectos da vida nacional: era responsável por desenvolver uma estratégia para ganhar a guerra; era uma agência de recrutamento que apresentava quadros competentes e ambiciosos; era o principal órgão de doutrinação; nos territórios ocupados pelo inimigo organizava movimentos clandestinos de resistência; e, talvez mais importante do que tudo, tentava fiscalizar o trabalho de outras instituições sociais e governamentais.” ( KENEZ, 2007, p.60.)

O jornal era um dos principais meios utilizado para circular a informação na Rússia. Ressalta-se que já datava do século XVIII as primeiras impressões massivas de jornais e, por isso, a revolução francesa foi a primeira grande sublevação política que contou com o auxílio deste impresso. Segundo Reed (1997), na Rússia pré-revolucionária existiam centenas de jornais de várias tendências políticas; essas fontes de informação e agitação eram fechadas constantemente pelo governo monárquico e os exemplares eram apreendidos, mas eram reabertas, muitas vezes com outros nomes, de forma incessante. Reed (1997) cita, entre os famosos jornais da época das revoluções de 1905 e 1917, o “Nóvaia Jizn”, de Máximo Górkí, líder dos sociais democratas internacionalistas unificados, o “Obchtcheie Dielo” (em russo, “a causa comum”), do monarquista reacionário Burtzev, o jornal burguês cadete “Rietch” (em russo, “a palavra”), os socialistas revolucionários “Dielo Naroda” (“a causa do povo”) e “Vólia Naroda” (“A Vontade do Povo”), o financeiro burguês Birjevia Viêdomosti (“informações da bolsa”), o menchevique “Dien” (“um”), e os bolcheviques “Rabótchi i Soldat” (“Operário e soldado”), e “Pravda” (“ A Verdade”), jornal de Lênin que posteriormente se tornou o jornal de maior circulação e tiragem da nação, e continua sendo um dos mais importantes.



Ao referir um panorama histórico das políticas totalitárias do partido comunista deve-se remeter ao momento inicial da tomada de poder em 1917: muito embora líderes partidários exaltassem a liberdade de imprensa, acreditando que o povo russo poderia, ao ver-se diante de diversos pontos de vista, escolher aquele que remetesse às suas aspirações de classe, durante a guerra civil foram suprimidos a maioria dos jornais de oposição. A prometida assembléia constituinte eleita em Janeiro de 1918 também foi dissolvida logo que ameaçou os interesses de controle político e não foi diferente o que aconteceu com os outros partidos da Rússia. Para levar a cabo tais medidas foi criada a mãe das posteriores NKVD e KGB: a Cheka (Comissão Extraordinária de toda a Rússia para o combate à Contra-revolução, Sabotagem e Especulação). Esta entidade detinha os poderes legais para extraditar presos políticos, requisitar alimentos forçosamente dos camponeses na época do “comunismo de guerra”, vigiar e derrubar possíveis rebeliões, além de liquidar sistematicamente com qualquer oposição política. Ressalta-se que a sociedade soviética até meados da década de 20 dificilmente pode ser catalogada como totalitária, embora Kenez (2006) advirta que as sementes do despotismo já estivessem entranhadas em suas estruturas, os cidadãos gozavam de relativa liberdade, principalmente os camponeses, que se viam afastados das zonas urbanas, áreas de influência do Partido, trazendo à tona uma dificuldade de administração enfrentada pelo governo, oriunda do entrelaçamento de deficitárias estruturas do funcionalismo público czarista com a inerente distância entre os anseios bolcheviques e as aspirações da classe trabalhadora camponesa.

Kenez (2007) cita Marx, que reiterava a necessidade de um país percorrer, ao sair da monarquia, um período econômico liberal-burguês antes de chegar a uma economia socialista de fato, entretanto os bolcheviques, principalmente Lenin, discordavam que a Rússia necessitasse dessa etapa, segundo eles, para erguer uma sociedade comunista, era necessário

e elevar o nível cultural do povo Russo ao nível dos povos da Europa Ocidental, e isso se realizaria através de esforços desmedidos de alfabetização e educação colocados em prática principalmente no decorrer da segunda década do século XX; ressaltam-se as oficinas de leituras nas aldeias que funcionavam como verdadeiras escolas de iniciação política. Kenez discorre sobre prematura economia socialista soviética:

“O internacionalismo estava profundamente arraigado na mentalidade dos bolcheviques (...) inquietava-os o fato de, contrariamente à teoria marxista, a revolução não ter primeiro ocorrido nos países economicamente mais avançados. Explicavam essa anomalia alegando que o proletariado russo estava em condições de quebrar a corrente do capitalismo mundial no seu elo mais fraco.” ( KENEZ, 2007, p.50-1.)

O entrelaçamento de informação, cultura e ideologia visava educar politicamente os cidadãos e organizou a estrutura da propaganda soviética que se formaria posteriormente. Com o passar dos anos a União Soviética tornar-se-ia uma nação construída e unida com o auxílio de um aparato propagandístico que trabalhava de forma incessante. Barreto (1966) utiliza o termo “Estado Propaganda” para definir o controle ideológico de uma minoria política sobre uma grande massa de cidadãos. Nesse tipo de organização a totalidade das idéias em circulação serve a uma ideologia comum e orienta o comportamento dos envolvidos, que potencializam a divulgação e excluem a informação divergente ao aderirem à superestrutura social hegemônica. Para Barreto, o estudo da propaganda política desses estados submete a forma de controle social ao esclarecimento:

“O Estado Propaganda pressupõe um rígido poder político firmado sobre uma efervescência de massa. (...)A análise de seus diversos tipos de propaganda nos conduz muito diretamente a aspectos culturais dessas sociedades, entre os quais a forma como os detentores do poder político o preservam em função dessa

efervescência de massa, lançando mão de específicas circunstâncias do seu momento histórico.” ( BARRETO, 1966, p.22.)

Não obstante, existem claras diferenças entre os diversos estados construídos sobre diferentes bases ideológicas e as características variam conforme o imaginário vangloriado, por exemplo, o consumo, a superioridade racial, a produção, o socialismo ou a religião. A sociedade soviética era exemplo de estado propaganda, entretanto ao longo de sua história, segundo Barreto (1966), o objetivo mor de todos os instrumentos irradiadores dos dogmas ideológicos variou, sendo na época de Lenin a revolução, na de Stalin a guerra e na era da Krushev à Gorbatchov a produção industrial.

Embora pareça óbvia, é importante ressaltar a diferença entre estado propaganda e totalitário, pois muitas vezes os termos coexistem. Um estado pode apresentar características totalitárias, onde o poder dos governantes interfere e controla quase todos, senão todos, os aspectos da vida dos governados, e não possuir apanágios de estado propaganda, pois a legitimidade do governo é um reflexo da indolência dos cidadãos e estes não necessitam de grandes esforços de persuasão para serem dominados. Contudo, na União Soviética a proporção entre um enquadramento num Estado Propaganda e um encaixe na definição de um estado totalitário não permaneceu constante no tempo, visto que, embora as propriedades da primeira definição não se alterassem, os atributos que possibilitaram a estruturação de um governo despótico revezaram-se ao longo dos anos. Como salienta Barreto:

“Trata-se de algo mais do que mera ditadura política. Ditaduras políticas facilmente medram nos países dominados pelo colonialismo econômico. Nestes, a alienação econômica, política e cultural naturalmente impedem a conscientização das massas. A apatia, a ignorância, a despolitização constituem a própria atmosfera em que vegetam e são explorados: qualquer propaganda seria supérflua.” ( BARRETO, 1966, p.22.)

### 1.4.2. A Sociedade Industrial e a Propaganda

É próxima a relação da propaganda comunista soviética com a formação da sociedade industrial do começo do século XX, o entrelaçamento é tal que talvez fosse impossível o nascimento de tal estado sem o adubo das condições únicas que foram propiciadas pela explosão demográfica, aglomeração urbana, desenvolvimento industrial e transformação dos meios de comunicação. O aumento progressivo dos incentivos à indústria criou um êxodo rural enorme no país, alterando drasticamente as relações sociais. A antiga família camponesa cedeu lugar à moderna família urbana, a alienação do trabalho separou o homem do resultado de sua labuta e as relações de vizinhança do campo dão lugar aos impessoais bairros industriais, onde o proletariado aglomera-se. Sobre a relação entre a sociedade do começo do século XX e a propaganda política, Domenach diz:

“A propaganda política, conforme a examinamos, isto é, como uma empresa organizada para influenciar a opinião pública e dirigi-la, surgiu somente no século XX, ao termo de uma evolução que lhe proporciona ao mesmo tempo seu campo de ação — a massa moderna — e seus meios de ação: as novas técnicas de informação e de comunicação.” (DOMENACH, Edição Eletrônica, data não informada, <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>, acessado em 24/04/2010.)

A informação sobre o que sucede no país e no mundo, que anteriormente era fornecida por pessoas próximas, agora vem de lugar nenhum, por meio de jornais e rádios. É crescente, também, a conscientização nacional, gerando ressentimentos e incertezas com o adventício. O trabalho urbano, assalariado e industrial, criou um monstro chamado desemprego e temido como poucos. Os cidadãos são, de repente, convidados a votar e a participar da vida política da nação e tantas pessoas com um mesmo pensamento próximas umas das outras são como pólvora para explodir uma idéia, uma ideologia:

“As técnicas modernas de difusão derramam as notícias do mundo inteiro diretamente através da escrita, da palavra e da imagem, sobre massas de que grande

parte se viu recentemente transplantada, subtraída ao ambiente em que vivia, à sua moral, à sua religião tradicional, conseqüentemente mais sensível e maleável. Tais técnicas entregam-lhes a história quotidiana do mundo, sem que as massas disponham de tempo e de meios para exercer um controle retrospectivo; agarram-nas por temor ou por esperança e atiram-nas à liça.” (DOMENACH, Edição Eletrônica, data não informada ,<http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html> , acessado em 24/04/2010.)

Finalmente, as constantes crises e guerras desorientam os indivíduos uniformizados, homogêneos, deixando-os perplexos, desnorteados e levando-os a buscar certezas que, num primeiro momento, são encontradas na multidão uníssona. Tudo isso, aliado com os incrementos nos meios de comunicação, propicia o alastramento da informação de forma veloz, sucumbindo as massas urbanas ao controle ideológico da propaganda que, justamente pelo seu conjunto de práticas, entrega tudo de forma pronta, facilmente assimilável e de fácil compreensão.

### **1.4.3. O Realismo Socialista**

A maioria das peças da propaganda soviética pode ser enquadrada no movimento artístico construtivista, vanguarda criadora cujo nascimento está intrinsecamente relacionado com o período pós-revolucionário das Novas Políticas Econômicas de Lenin, época de furor criativo dos propagandistas do novo regime, onde os artistas ainda contavam com relativa liberdade de expressão. Segundo Moraes (1994), o comissário para a instrução, Lunatcharski, encarregava-se de gerenciar e concentrar os esforços criativos dos intelectuais e artistas em benefício da revolução proletária.

Moraes cita o próprio Lenin para corroborar o argumento da flexibilidade de criação que era oferecida aos artistas soviéticos na terceira década do século XX e, para exemplificar,

são apresentados os esforços do Partido Comunista em frear a difusão do chamado movimento Proletkult, uma tentativa do Bielo-Russo Alexander Bogdanov de criar uma “autêntica arte proletária”, que rompesse completamente com os ideais burgueses. Cita ainda os artistas Voronzki e Pereversev como defensores da “liberdade do subconsciente”, contra a orientação cultural pelos dirigentes partidários e, para ressaltar o caráter contraditório das políticas bolcheviques no campo cultural, contrapõe a necessária fuga de artistas de vanguarda do modernismo russo para a Europa, fruto do receio dos líderes do partido em aceitar as idéias de destruição dos valores estéticos do passado, com as frases de Lenin que criticavam o aumento da censura no campo cultural, principalmente na literatura:

“Acalmem-se senhores! Antes de mais nada, trata-se da literatura de partido e de sua submissão ao controle de partido. Cada um é livre de escrever e de dizer o que bem lhe agrade, sem a menor limitação. Mas toda associação livre (incluindo o partido) é livre também para afastar os seus membros que se servem da bandeira do partido para pregar idéias contrárias a ele. A liberdade de palavra e de imprensa deve ser total. Mas a liberdade das associações também deve ser total.” (LENIN, 1980, p.101, apud. MORAES, 1994, p.111)

Lenin faleceu em 21 de Janeiro de 1924 e sua morte impactou imensamente a natureza do regime soviético, suas diretrizes e suas políticas. As artes não escaparam do enrijecimento doutrinário e da centralização administrativa que atingiram de igual forma a política e a economia. A ferrenha disputa no seio do partido comunista entre os herdeiros de Lenin culminou na vitória de Stalin como dirigente máximo da nação, tirando da vida política antigos aliados, como Trotsky, Bukarin, Kamenev e Zinoviev. Venceu a orientação política que visava fortalecer internamente as estruturas que sustentavam o regime e o fruto dessa vitória no campo artístico chamava-se realismo socialista. Segundo Hobsbawn (2008), os preceitos da ideologia stalinista, que alcançaram a sua forma máxima na década de trinta,

eram o “culto exaltado do líder, imputação de crime a qualquer oposição, ampla influência da polícia secreta e imposição de um marxismo-leninismo monolítico em todas as esferas da vida”. (HOBSBAWN, 1993. Apud, MORAES, 1994, p.115-6.)

Andrei Jdanov ganhava notoriedade à medida que fundava as diretrizes, junto com Máximo Gorki, imputadas aos cidadãos envolvidos com a produção artística no estado comunista, tornando-se, no auge do stalinismo, membro do Birô político do partido. O realismo socialista pode ser entendido como um conjunto de práticas para orientar toda forma de produção artística dentro da união soviética e tanto a literatura, como a pintura ou a música sofreram as suas restrições; seu auge deu-se na década de trinta e sofreu um arrefecimento com o advento da segunda guerra mundial, pela necessidade de aproximação com os aliados ocidentais a força de persuasão que enaltecia as características do regime abrandou, porém não deixou de ser visível nas obras de arte de artistas como Alexander Gerasimov, Isaak Brodsky e Boris Vladimirovich Ioganson. Moraes salienta a temporária diminuição do controle artístico:

“Durante a segunda guerra mundial, o realismo socialista manteve-se intacto. Mas a aliança da URSS com os países democráticos contribuiu para uma relativa distensão no campo artístico. Houve mais tolerância com a cultura ocidental, e comunistas estrangeiros exilaram-se em Moscou, fugindo do fascismo. O formidável esforço de guerra dos soviéticos para conter e afinal esmagar a ofensiva nazista ajudou a amenizar as perseguições aos dissidentes. Porém, durou pouco o frescor trazido pela parceria no *front*.” (MORAES, 1994. p.119)

Todos os valores pregados pela ideologia soviética eram refletidos nas obras de arte do movimento e este, como não funcionava enquanto existissem outras forças para negá-lo, somente poderia subsistir com o forte apoio de um estado totalitário. Segundo Kenez (2006), a ambigüidade não fazia parte da cartilha do partido comunista para os artistas do período, a

produção artística não poderia possuir múltiplos sentidos, deveria ser certa nos seus objetivos. Kenez (2006) cita Andrei Siniavski, que definia o realismo socialista como uma espécie de romantismo.



## **2. POLÍTICA, COMPORTAMENTO E PROPAGANDA**

A propaganda soviética, como movimento doutrinador, histórico e artístico, para atingir seu fim, utiliza determinadas técnicas, explora certas fraquezas de seu público. É necessária a ciência de algumas das estruturas psicológicas dos sujeitos, as quais possibilitam a recepção efetiva das mensagens, além da concepção de certas leis que orientam a produção do discurso ideológico para precisar com mais coerência o significado de cada peça. Domenach (edição eletrônica, acessado em 27/06/2010) e Tchakotine (1967) estudaram a propaganda política, seu público, e Barreto (1966) enumerou os valores da ideologia soviética.

### **2.1. A PROPAGANDA POLÍTICA**

Na história da civilização testemunhou-se a empresa de técnicas para propagar idéias e convencer pessoas, desde as mais rudimentares como um discurso interpessoal até os sofisticados enfeixamentos de várias mídias usados na atualidade. É importante ressaltar que na língua inglesa, e em outras como a francesa, há uma distinção entre o termo propaganda e o termo publicidade (“publicity”), enquanto o último refere-se à venda e divulgação de produtos e serviços num âmbito comercial, o primeiro indica a tentativa de, como o termo sugere, propagar idéias, pensamentos, sejam eles políticos ou religiosos. (BARRETO, 1966, p.18)

Vladimir Lênin foi o ideólogo da propaganda política, ciente da importância desse fenômeno, não mediu esforços para instalar os chamados “revolucionários profissionais” nas fábricas, sovietes e comunas camponesas. Pragmático, Lenin transformou a teoria marxista

em um método revolucionário, política prática, fundando a “Agitprop”, comissariado que orientou a agitação revolucionária. Comícios, conferências, jornais de fábrica, teatro e cinema eram formas de difundir o marxismo-leninismo.

“O marxismo poderia ser caracterizado pelo seu poder de difusão; trata-se de uma filosofia capaz de propagar-se entre as massas, de início porque corresponde a um certo estágio da civilização industrial, depois porque repousa em uma dialética que pode ser reduzida à sua extrema simplicidade, sem deformar-se substancialmente. Certo é, contudo, que o marxismo não teria tão larga e rápida expansão, se Lenin não o houvesse transformado em um método de ação política prática.” (DOMENACH, Edição Eletrônica, data não informada, <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>, acessado em 24/04/2010)

A ótica leninista do materialismo dialético de Marx reduz grande quantidade de postulados econômicos e sociológicos à sentenças e idéias simples, fáceis de gravar, como exposto por Domenach (edição eletrônica, acessado em 27/06/2010). Aliás, é característica da dialética materialista a capacidade de redução sem a perda das propriedades fundamentais e os bolcheviques souberam usar esse atributo para transmitir a teoria da luta de classes entre operários, soldados e camponeses. Segundo Domenach, os líderes bolcheviques sabiam que se o marxismo-leninismo não fosse transformado em uma ideologia transmissível entre as massas trabalhadoras encerrar-se-ia em um confronto diário que objetivaria resultados imediatos, tal como a atividade sindical, e não resultaria em uma transformação social profunda. Era necessário metamorfosear a consciência de classe em consciência política.

Tchakhotine (1967) cita como exemplo inovador das técnicas de propaganda bolchevique o trem com vagões equipados com equipamentos de impressão que circulava pelo país, e Barreto (1966) resgata a nota de 10 mil rublos que conclamava os povos à revolução mundial, sendo a URSS a única nação que utilizou, em tempos de paz, suas cédulas como peça de propaganda.

“Os métodos mais modernos foram empregados no combate: boletins aos milhões, jornais ilustrados, fotografias, cartazes, vitrinas, equipes de agitadores inundando os mercados, os trens e lugares públicos, até ao cinema e às caravanas de propaganda: Trotsky viajava, por exemplo, num trem especial, organizado como um escritório de propaganda, com vagão impressor, outro com exposição dos modelos dos materiais de divulgação, etc.” (TCHAKHOTINE, 1967, p.333.)

Segundo Domenach (edição eletrônica, acessado em 27/06/2010) a propaganda bolchevista remete-se a dois princípios primários: a denúncia e a palavra de ordem. O autor cita Marx, que diz: “é preciso tornar a opressão real ainda mais dura, ajuntando-lhe a consciência da opressão e tornar a vergonha ainda mais humilhante, dando-a publicidade” (MARX, apud. DOMENACH, edição eletrônica, data não informada, <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>, acessado em 24/04/2010). Isso significa que, num primeiro momento, é preciso informar as massas de sua dominação pela classe burguesa, seja através de discursos, conversas, rádio ou jornal, os agitadores do partido necessitam, através de exemplos relevantes, ocasionais como a diminuição do salário, o aumento do preço do pão, demissões em uma fábrica, alistamento forçado para o *front* ou a falta de alimentos no campo, apontar para a classe trabalhadora que os seus problemas não advêm de lugar nenhum, mas sim são fomentados pela opressão do sistema capitalista.

O segundo princípio, por Domenach (edição eletrônica, acessado em 27/06/2010), a palavra de ordem, induz a projeção do objetivo em uma sentença simples, de rápida retenção, tal como “Pão, Paz e Terra”. Ressalva-se que essa simplificação deve ter respaldo no quadro estabelecido, senão não existirá contágio na massa, afinal o citado princípio “Pão, Paz e Terra” somente se alastrou porque essas eram as necessidades imediatas do povo russo, assim como a máxima “Todo poder aos soviets” exigia que os conselhos operários estivessem inflamados de ardor revolucionário e fossem uma instituição representativa dos interesses bolcheviques.

Domenach (edição eletrônica, acessado em 27/06/2010) cita Lenin e Plekhanov para exemplificar que os teóricos do partido comunista cindiam os homens encarregados de espalhar a ideologia revolucionária em dois grupos: os agitadores e os propagandistas. Os primeiros recebiam a incumbência de desmascarar as opressões do regime capitalista, enaltecendo as soluções comunistas a partir, como explicitado anteriormente, de problemas simples e dirigindo-se para um grande número de pessoas, sem grandes aprofundamentos, ao passo que o segundo grupo de difusores possuía o encargo do mergulho na análise e na divagação, tendo como interlocutores pequenos grupos de pessoas, ou mesmo uma pessoa só; o veículo do agitador era a voz e o veículo do propagandista era a palavra escrita.

Até a explosão da segunda guerra mundial, o longo dos anos vinte aos anos trinta, os slogans e refrões do partido comunista da URSS sobre o “novo mundo”, a “revolução proletária”, a “redenção das classes operária e camponesa” foram exaustivamente repetidos dia após dia. Kenez (2006) salienta que cada vez mais se distanciava da realidade o ideário bolchevique, não por falta dolosa das lideranças, mas sim pelo encontro sucessivo do sistema político centralizado e da economia planificada com sérios embates: fome, ameaças externas e internas ao regime e quedas constantes nos níveis salariais são alguns exemplos. E tudo isso durante a terceira década, os anos da NEP (Novaya Ekonomicheskaya Politika), segundo Kenez (2006), considerada por muitos historiadores uma época de esplendor na história soviética, quando posta lado a lado com a era totalitária estalinista, ou com os estagnados anos do governo Brejnev. A impactante conjuntura de centralização política extremada, autoritarismo, excessiva burocratização, antipatia camponesa e baixo nível de vida, conquanto o quadro fosse piorar drasticamente na década seguinte, possibilitava aos fervorosos revolucionários de Novembro de 1917 já vislumbrarem com clareza que aquele não era a

utopia com o qual eles sonhavam. As vozes da propaganda comunista tornavam-se, pouco a pouco, ecos longínquos de um mundo cada vez mais inalcançável.

Segundo Barreto (1966), o ponto de virada da ideologia soviética deu-se com o advento da segunda guerra mundial. Stalin já desistia do sonho socialista e bradava “Perdemos para sempre tudo o que Lenin criou” (BARRETO, 1966, p.35) enquanto a blitzkrieg nacional-socialista atropelava o oeste do país. Soldados eram lançados no front aos milhares e punidos com a morte se ousassem cogitar a deserção. Camponeses traumatizados com a coletivização forçada teriam passado para o lado do invasor se os horrores nazistas não os assustassem tanto. Era gritante o contraste entre o diligente e competente exército do III Reich e as forças soviéticas, indisciplinadas e sem oficiais capazes de organizar uma indispensável resistência. Nesse caos os cidadãos e soldados organizaram-se, de forma autônoma, contrariando as antigas aspirações internacionalistas revolucionárias o levante silencioso da população foi em nome da pátria, contra o inimigo estrangeiro, inaugurando na história mundial episódios épicos de sobrevivência encenados em cidades como Stalingrado e Leningrado. Velozmente os membros do Politburo perceberam a necessidade de exaltar novos valores. Assim nasceu a propaganda do estado Leviatã soviético da era Stalin: em nome da “Pátria”, militarista, do culto à personalidade do líder, utilitarista e fetichista. (BARRETO, 1966.)

## 2.2. A TEORIA COMPORTAMENTAL

Para a análise dos fenômenos de persuasão da ideologia dos estados propagada, em particular o nazista e o soviético, é necessário irromper um pouco as teorias psicossociais, inauguradas na segunda metade do século XIX, que serviram de apoio, em muitos casos, para

os operadores das técnicas de persuasão destes regimes. Como principal conjunto de postulados e idéias comportamentais da Psicologia Objetiva então em vigor, cita-se o Behaviorismo que, conquanto seus críticos utilizem como artilharia os avanços nas disciplinas biológicas das neurociências, é de relevante aplicação no estudo dos impactos da comunicação massiva na sociedade, visto que muitos dos seus teóricos utilizavam justamente a observação destes fenômenos como as bases empíricas de seus aprofundamentos científicos em suas respectivas áreas de atuação. Segundo Tchakhotine (1967), o Behaviorismo estuda as relações entre os estímulos recebidos por um indivíduo e as suas reações físicas e psicológicas, abrangendo o ambiente em que ele está inserido e também as suas predisposições inatas, tanto as de origens hereditárias como as adquiridas no decurso de sua própria vida.

O fisiologista russo Pavlov foi grande estudioso das teorias comportamentais na psicologia e na medicina, podemos remeter os seus estudos cronologicamente ao final do século XIX e ao começo do século XX. Ele formulou a teoria dos reflexos condicionados estudando a salivação em um cão na presença de um alimento. Este experimento, segundo Tchakhotine (1967), era composto por quatro fases: na primeira delas se fazia o animal ouvir um som (que será chamado de fator condicionante), de um apito, por exemplo, para em seguida, após algumas repetições, cessar o ruído. Logo após essa fase excita-se a salivação no cachorro utilizando um alimento (que será chamado de fator absoluto), para então, na terceira fase do experimento, unir o som (fator condicionante) com o alimento (fator absoluto) e constatar que, esta é a última parte, após algumas repetições a produção de saliva é estimulada sem a presença física do alimento, basta para isso o som do apito. Formou-se um reflexo condicionado.

Para Tchakotchine (1967), o simbolismo usado pela propaganda bolchevique e pela propaganda nazista tinha a característica de criar fatores condicionantes nas massas, através de seu uso constante e sistemático. Símbolos, slogans, cânticos, todos podem resultar em um condicionamento psíquico se usados adequadamente. Para ilustrar esse argumento o autor constrói uma pirâmide onde a base é a doutrina, que deriva no programa, então cria-se um slogan que, após um sistematizado trabalho de repetição reflete-se em um símbolo (topo da pirâmide) que pode ser tanto a suástica, a foice e o martelo ou qualquer outra imagem ligada a movimentos políticos ou religiosos.

O autor (1967) ainda entrelaça as teorias freudianas de regressão do sujeito com a formação das massas e sua relação paradoxal de devoção e medo com os líderes. Ainda segundo o autor (1967), o superego seria, para Freud, uma estrutura psíquica identificada com o ideal de “pai”, possuidor das qualidades de experiência, força e autoridade, capaz de subverter os desejos egóicos infantis de emancipação e satisfação imediata dos desejos que destruiriam o sujeito no choque constante destas aspirações com os entraves do ambiente. Esta projeção individual do superego na figura paterna é diluída nas massas e transposta no reconhecimento coletivo do líder como substituto do pai, entidade com aptidão e justeza suficientes para guiar a multidão, detentora de apanágios infantis, quando o complexo mundo exterior for amedrontador e obscuro. Para exemplificar, na Rússia monárquica o czar era chamado de batiuchka (paizinho) e Stalin sempre foi conhecido como o “Grande Pai dos Povos”, dentre outras derivações conotativas da figura paternal.

“Assim, para Freud, o protótipo da multidão é a horda primitiva: o pai da horda, o protótipo do líder. Napoleão e Hitler têm traços comuns com o pai da horda. A massa e a multidão são formações que se desenvolveram através da regressão. Dois fatos caracterizam a constituição de uma multidão: a identificação com os outros membros da multidão e com o líder.” (TCHAKHOTINE, 1967. p.171)

Tchakhotine (1966) desenvolve um conceito denominado de “violação psíquica”, que determina o uso intencional de fraquezas psicológicas do sujeito para controlá-lo, o que foi feito pela propaganda hitlerista e stalinista. As difere, porém, salientando que as técnicas usadas por Goebbels eram muito mais repreensíveis do que as usadas por Stalin e Jdanov, porque se baseavam no impulso combativo do medo, enquanto que a propaganda soviética aplicava-se, conquanto sejam também impulsos combativos, sobre o entusiasmo e a motivação. Além disso, Domenach salienta que as bases da propaganda de Lênin eram muito mais racionais do que a utilizada no terceiro Reich. Barreto (1966) reitera o dogmatismo da propaganda hitlerista, o que se concatena com a “Lei da Orquestração” de Domenach (edição eletrônica, acessado em 21/06/2010):

“Já a propaganda hitlerista mergulha suas raízes nas mais obscuras zonas do inconsciente coletivo. Ergue poderosamente o dogma como alicerce de si própria. ‘A igreja católica – dizia Goebbels, Ministro da Propaganda de Hitler – mantém-se porque repete a mesma coisa há dois mil anos.’ O Estado nazista partiu para viver no mínimo mil anos’ petrificado num dogma total.” ( BARRETO, 1966. p.44)

Necessário destacar as diferenças propostas por Tchakotine (1967) entre massa e multidão segundo o autor existem primárias confusões entre os dois termos. Cita, como exemplo, Gustave Le Bon, psicólogo social, contemporâneo seu, que remete a formação de uma alma social, ou vontade coletiva, quando os indivíduos estão diluídos na multidão e contrapõe esta idéia negando a existência de tal alma, afirmando que os indivíduos se comportam coletivamente sobre pressupostos constatáveis pela psicologia objetiva e experimentação.

Para Tchakotine (1967), há uma proporção entre uma população (cerca de 10%, para o autor) com condições para resistir à violação psíquica. Quanto maior for a individualização dos sujeitos, menor será a despersonalização, a imersão na multidão, e crescerão as



oportunidades para o pensamento autônomo. O arrebatamento da personalidade dos cidadãos cresce quando eles se sentem isolados, desprotegidos. Para Barreto (1966), a necessidade de amparo aliada com a confusão mental causada pela complexa realidade “infantiliza” os sujeitos, resultando em uma sensação de impotência que é anestesiada pelo anonimato provocado pelo mergulho em uma multidão que possui as mesmas aspirações e que reverencia o mesmo líder.

“Se um país é vencido na guerra, humilhado, atingido por fome prolongada ou vítima de agudas crises econômicas, seus cidadãos ficam deprimidos e frustrados, sentem-se impotentes e perplexos, perdem a impressão de que participam das forças que governam sua vida cotidiana (...). Nessa situação de desamparo, psicologicamente infantilizados, acham-se propensos a agarrar a oportunidade totalitária de incluir-se, de participar, levados por uma fórmula simples, que explica e racionaliza o que seu entendimento não alcança. Tais são os antecedentes comuns de todos os impiedosos sistemas políticos de nosso século.” (BARRETO, 1966, p.53-4.)

### 2.3. OS CINCO PRINCÍPIOS DA PROPAGANDA POLÍTICA

Domenach (edição eletrônica, acessado em 21/06/2010) tece cinco leis sobre as quais se embasa a propaganda política de qualquer forma; cita-se cada uma delas, com breve explicação e exemplos, salientando que esses pressupostos versam seu objeto de análise em um específico contexto histórico social e alimentam-se das teorias científicas então em voga, destarte é contraproducente o seu uso para guiar a reflexão a respeito da comunicação política atual ou mesmo de antigos estados não totalitários onde a opinião pública detinha um papel relevante. Porém, Domenach adverte:

“Ninguém poderia alimentar a pretensão de encerrar- a propaganda dentro de certo número de leis funcionais. Ela é polimorfa e dispõe de recursos quase ilimitados. Conforme a assertiva de Goebbels: ‘Fazer propaganda é falar de uma idéia por toda

a parte, até nos bondes. A propaganda é ilimitada em suas variações, em sua flexibilidade de adaptação e em seus efeitos” (DOMENACH, Edição Eletrônica, data não informada, <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>, acessado em 24/04/2010.)

1. Lei de Simplificação e do Inimigo Único: parte do pressuposto que verdades reduzidas a frases curtas são mais fáceis de serem assimiladas e divulgadas e que combater um inimigo de cada vez é a melhor forma de canalizar as forças envolvidas e exaltar as massas, reduzindo a dificuldade de compreensão do mundo que ela possa ter. O inimigo não precisa ser sempre o mesmo, desde que seja sempre único. Um exemplo é o partido nazista na Alemanha que, num primeiro momento, declarava os marxistas como inimigos do país, para depois atacar os partidos burgueses alemães e, finalmente, atacar os nacionalistas.

2. Lei da Ampliação e Desfiguração: remete à característica publicitária, às vezes jornalística, de exagerar os fatos e opiniões tornando-os muito mais do que realmente são; um exemplo são as idéias de que no sistema socialista perfeito “todas as pessoas serão felizes” ou que nos países capitalistas “todos são infelizes”.

3. Lei da Orquestração: corrobora a frase de Goebbels “uma mentira repetida mil vezes torna-se verdade.” Este pressuposto não exclui a necessidade de se adequar o que está sendo dito aos diversos públicos destinatários, desde que se mantenha o essencial para a repetição surtir efeito.

“O partido comunista, à sua maneira, também pratica excelente orquestração. Os temas fundamentais, fixados todas as semanas por uma ata de sessão do Politburo em texto sempre claro e conciso, são desenvolvidos pelo conjunto da imprensa comunista e de seus oradores, e descem até os escalões da base sob a modalidade de avisos, de petições, de propaganda oral, de “porta em

porta” e outros.” (DOMENACH, Edição Eletrônica, data não informada, <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>, acessado em 24/04/2010.)

4. Lei da Transusão: está em sintonia com as teses do Psicanalista ucraniano Wilhelm Reich (2001), em seu livro “Psicologia de massas do fascismo”, que salienta que para uma ideologia ser absorvida por determina substrato social elas já deve existir previamente nesse grupo de forma latente, precisando, apenas, ser explorada para vir à tona, manifestar-se conscientemente. Barreto (1966) cita a conveniência obrigatória da propaganda augurando que é impossível vender ratoeiras para quem não possui problemas com ratos. Hitler e Goebbels sabiamente retiraram propulsão para a doutrina militarista nazista dos ressentimentos nacionais e da humilhação gerados pela ruína na Primeira Guerra Mundial e os bolcheviques souberam aproveitar as primazias do povo russo como degraus rumo ao Kremlin.

5. Lei da Unanimidade e de Contágio: a última lei versa sobre o quão árduo é, para um indivíduo, suportar o peso de ter opinião alheia à dominante, dos seus pares. A necessidade de se sentir incluído em um grupo é tamanha que por vezes leva um homem a esconder o que pensa para não sofrer represálias de seus semelhantes. Por isso em retórica evoca-se sempre que possível o comum, a totalidade, a força da máxima aderência para creditar um argumento; e a propaganda política, não destoando da publicidade comercial, sempre se remete ao poder da opinião unânime.

“A unanimidade é ao mesmo tempo uma demonstração de força. Um dos alvos essenciais da propaganda é manifestar a onipresença dos adeptos e a superioridade deles sobre o adversário. Os símbolos, as insígnias, as bandeiras, os uniformes, os cantos, constituem um clima de força indispensável à propaganda. Trata-se de mostrar que ‘estamos’ lá e que ‘somos os mais fortes’. (DOMENACH, Edição Eletrônica, data não informada, <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>, acessado em 24/04/2010.)

Domenach (edição eletrônica, acessado em 27/06/2010) também tece os elementos da chamada contrapropaganda, feita para combater as técnicas de persuasão do adversário. São elas: desmontar a propaganda alheia e atacar os seus pontos isolados concentrando poder nas partes fracas, nunca atacar perpendicularmente quando o argumento contrário for forte, deixar de lado a racionalidade e mirar o lado pessoal do rival, como escândalos, intrigas e boatos, ridicularizar o adversário colocando sua publicidade em contradição com a realidade e, por último, impedir que a propaganda inimiga fique em evidência.

#### 2.4. OS VALORES DA PROPAGANDA SOVIÉTICA

Barreto (1966) cita alguns atributos das técnicas de adesão soviéticas na época da guerra fria. Conquanto a propaganda analisada pelo autor remonte a um contexto histórico posterior, alguns ideais estão presentes no simulacro de todas as épocas do regime, sendo oferecidos por todas as partes do país pela propaganda oficial nas artes, nos cartazes, nos rádios, nos comícios ou onde quer que seja, são elas:

- O otimismo: toda a propaganda na URSS vende a imagem que o homem soviético é feliz por natureza, enaltece o regime, não teme as adversidades da vida, pois tem incrustada em si a decisão que o caminho certo foi tomado e o levará ao justo e dinâmico mundo socialista, por isso sempre presenciamos o entusiasmo em seu rosto.

“Num dos parques em Moscou existia, há decênios, um monumento em honra a Gógol, o grande escritor. (...) A estátua apresentava-o cabisbaixo. (...) Durante a época de Stalin, aquele Gógol foi substituído por um Gógol diferente: agora de pé, de cabeça erguida, olhando o porvir, cheio de alegria” (BARRETO, 1966, p. 122)

- O Puritanismo: todos os atributos supérfluos da vida são dispensados pelos soviéticos, conforto, riqueza ou luxo são características burguesas rechaçadas pelo valoroso operário ou camponês do regime socialista ideal. Este novo homem coloca a coletividade na frente de todas as suas aspirações, pois visa alcançar o bem comum, a alegria de todos e a glória do país.

- O Nacionalismo: a grande reviravolta da propaganda stalinista em relação à Lenin. Ídolos do passado eram reerguidos para enaltecer a pátria e transparecer a solidez de um país homogêneo e glorioso. Ivan, o Terrível, Pedro, o Grande, dentre outros líderes da velha Rússia invectivados pelos iconoclastas leninistas, sem pudores agora eram içados a categoria de símbolos, visando alimentar o patriotismo do povo. A paranóia do perigo adventício, construída sobre uma ameaça às vezes real, e as dificuldades de manter um regime estável, que circundasse as federações multi-étnicas, turbinava a exigência da união de todos sobre uma mesma bandeira nacional. Tudo o que era soviético era superior e da União Soviética saíam as maiores conquistas humanas nas ciências, nas artes, na economia e na política.

-O Sucesso do Regime: a principal função deste valor é maximizar o Estado, fazê-lo crescer magicamente. Para isso são apresentados índices, gráficos, metas cumpridas e comparações que agigantam o regime perante o indivíduo, “minimiza-o, atomiza-o, sugerindo-lhe poucas alternativas: conformar-se ou identificar-se com ele”. (BARRETO, 1966, p.122)

- Sucesso Pessoal: embora fossem fracós, ainda eram respaldos dos aspectos individualistas e hedonistas da cultura ocidental. Segundo Kenez (2007), conquanto os bolcheviques tenham diminuído significativamente a desigualdade social, apesar de todos os esforços e discussões nunca conseguiram livrar-se totalmente dos clássicos métodos de incentivo profissional. Desse modo, diferenças salariais, bonificações e privilégio foram formas encontradas para

motivar a superação de metas de operários, administradores, funcionários públicos, dirigentes de fábricas e demais classes necessárias para o funcionamento das engrenagens da economia planificada; inaugurando um novo estrato social com suficiente poder aquisitivo para sobrepujar o nível da vida da maioria da população, os operários e camponeses de baixo escalão, escamoteados da oportunidade de adquirir os poucos bens de consumo disponíveis na economia comunista. Esta nova classe, aliada à *nomenklatura* – alta burocracia do poder público – dirigia a nação e era referência de bom êxito numa trilha de sucesso pessoal e profissional que, segundo a propaganda governamental, guiando o regime para a opulência produtiva, faria dividir os frutos desse sucesso entre todos os cidadãos.

- A Ameaça Exterior: salienta-se que a propaganda stalinista, muito menos a leninista, jamais foi belicista como a ideologia nazista; os seus ditames circulavam uma noção mais defensiva, que não servia menos de incentivo para a indústria pesada, bélica. Ademais, aliada com os valores nacionalistas e com os que vaticinavam o sucesso do regime, as constantes divagações sobre o perigo iminente de uma invasão, ou sobre a necessidade de união contra um inimigo comum, exterior ao regime, corroboravam a união entre os cidadãos e aumentavam os efetivos do Exército Vermelho.

“Sem pôr em discussão, ou em dúvida, a existência dessa ameaça, leve-se em conta que a divulgação maciça (e mesmo eventualmente exagerada) de uma preste agressão à URSS, serve eventualmente aos interesses da “nova classe”, e ao seu poder discricionário, de emergência, face a perigosas conspirações internacionais” (BARRETO, 1966, p.123)

- A Redenção: o conjunto dos valores propagados pela ideologia soviética culmina nesse propósito de emancipação, glória e felicidade, seria a “carga mística” (BARRETO, 1966, p.123) da propaganda do regime; ligado ao íntimo deste fundamento máximo está o sonho socialista de um mundo menos desigual. Como a metáfora popular da cenoura que, quando

amarrada em sua frente, permite um burro caminhar em círculos de forma incessante, pode-se afirmar que o ideal de redenção é o impulsor da sociedade comunista de Lenin e Stalin. Em nome dele são vangloriados os projetos econômicos quinquenais que potencializavam a produção da indústria pesada em detrimento do consumo individual dos cidadãos.

### 3. ESTUDO DOS CARTAZES

A propaganda soviética irradiava os valores do imaginário daquela nação em suas peças. Para tanto, houve uma numerosa produção publicitária que, quando analisada com o auxílio das ciências humanas e comunicacionais, pode demonstrar, através da consideração dos singulares contextos sociais, os conceitos ideológicos e as técnicas de sedução. Os cartazes, embora fossem apenas uma parte do arsenal de convencimento político, além de cumprirem seu papel artístico, eram fonte de informação e educação. A sua variedade e a aliança entre texto e imagem fazem dessa peça um alvo no estudo da propaganda daquele período.

#### 3.1. METODOLOGIA

O corpus desta pesquisa procurou envolver uma seleção de cartazes que representasse uma variedade de significantes plásticos, icônicos e lingüísticos. Por isso, excluíram-se cartazes estritamente visuais, ou textuais, e também os que não fossem coloridos. Essa condição deu-se para evitar poucos elementos interpretativos o que resultaria numa análise breve. Além disso, as peças escolhidas foram delimitadas temporalmente: englobam o período que vai do início da revolução (1917) ao fim da Segunda Grande Guerra (1945), esta delimitação visou evitar a superficialidade na contextualização. Outra característica ponderada foi a presença de uma maior variedade das Leis da Propaganda Política, de Domenach (edição eletrônica, acessado em 21/06/2010) e dos valores de Barreto (1966). As seis últimas peças buscam espelhar a repetição de símbolos, por isso formam dois grupos que



possuem o mesmo significante icônico (a mulher e o operário). Não se excluiu a relevância do design, pois se buscou peças cujos elementos gráficos e textuais agissem em harmonia e chamassem a atenção do público, para exemplificar a função estética de Moles (1974).

### 3.1.1. Procedimentos Metodológicos

A análise dos cartazes visa três objetivos: buscar os valores apregoados pelo regime soviético, à luz da semiótica e mitologia, detectar as principais técnicas persuasivas de cada peça e contextualizar cada cartaz historicamente. Para isso serão adotados os procedimentos metodológicos descritos por Penn (2002). Segundo a autora, analisar uma imagem significa reconstruí-la, articular os seus elementos após dissecá-los. “Tornar explícitos os conhecimentos culturais necessários para que o leitor compreenda a mensagem” (PENN, 2002, p.325). O primeiro passo dessa análise será listar o inventário denotativo – onde são descritos todos os elementos da imagem, lingüísticos ou não, inclusive quanto a sua relação com os outros elementos (sintagma), quanto à sua posição no cartaz e quanto às possíveis alternativas postas de lado na produção da peça (paradigma). Em seguida serão feitas perguntas aos diversos itens desse inventário para clarificar o que cada elemento conota e qual a relação entre os diversos significantes, além de trazer à tona os conhecimentos culturais exigidos para a compreensão da mensagem.

Não se pode omitir a possível existência de uma interpretação pessoal na análise, porém esta não a invalida, segundo Thompson (1995, p. 375): “Por mais rigorosos e sistemáticos que os métodos da análise formal ou discursiva possam ser, eles não podem abolir a necessidade de uma construção criativa do significado, isto é, de uma explicação interpretativa do que está representado ou do que é dito”. Penn (2002) ainda explica que a relação entre o texto e a imagem pode ser de revezamento, quando um complementa o sentido

do outro, pode ser de redundância, quando existe uma repetição do sentido, ou pode ser de ancoragem, quando o texto retira a ambigüidade da imagem.

Inicialmente a análise esgota-se quando atinge o seu objetivo inicial, segundo Penn (2002), conquanto possa continuar ininterruptamente. Quanto à exposição dos dados, há liberdade no uso de tabelas ou método discursivo, ou ambos. Foi adotada uma tabela de leitura que resume os valores suscitados por cada significante imagético, além de classificar as relações imagem/texto. Após a análise do último cartaz é apresentado um quadro resumo de todas as peças.

### 3.1.2. O Cartaz

Segundo Moles (1974), a vida útil de um cartaz se esvai quando o seu sentido é completamente extraído, ele não oferece mais algum conteúdo plausível para os seus espectadores, seu tempo. O uso do cartaz como veículo de propaganda liga-se com a expansão das técnicas de impressão do começo do século XX; o incipiente uso de cores, fortes e contrastantes, era usado para prender a atenção do transeunte, além de um texto que raramente ultrapassava dez ou vinte palavras, como diz o autor:

“Um cartaz moderno será, pois, uma imagem em geral colorida contendo normalmente um único tema e acompanhado de um texto condutor, que raramente um ultrapassa dez ou vinte palavras, portador de um único argumento. É feito para ser colado e exposto à visão do transeunte.” (MOLES, 1974, p.44.)

No começo do século XIX o cartaz era uma das principais formas de comunicação urbana, a sua utilização massiva criava um ambiente em que as mensagens sobrepunham-se constantemente, tornavam-se obsoletas à medida que surgiam novos cartazes. Desse modo,

essa peça lentamente assumia um papel no mobiliário urbano, imiscuía-se na paisagem das grandes cidades, suas cores e formas disputavam terreno com o que se propunha a captar a atenção de quem caminhava pelas ruas e prédios.

Moles (1974) divide em seis as funções do cartaz:

1. Informativa: é o papel didático, de difusor de conhecimento, liga-se à lingüística e à semântica. A característica informacional do cartaz é alterada na medida em que mudam as relações entre significantes e significados.
2. Publicitária: nesse atributo o cartaz exprime a característica de competitividade com outras peças de comunicação. Também é aqui que o papel persuasivo é expresso, além de figurar como motor das sociedades de consumo e das sociedades regidas pelas propagandas políticas.
3. Educadora: forma os indivíduos culturalmente, através da exposição a uma série de valores, imagens, formadores do imaginário coletivo.
4. Ambiência: formador da paisagem urbana por processos não-intencionais. Afinal, nem o produtor, nem o fixador do cartaz têm consciência do seu papel no cenário das grandes cidades.
5. Estética: construída pelo artista produtor do cartaz, submete a peça ao apreço do espectador. Segundo Moles, “um indivíduo pode recusar o seu sentido e aceitar o seu valor”, embora não concorde, acha o cartaz belo, ou pelo menos interessante.
6. Criadora: insere-se em um movimento de arte, dá vazão à liberdade criativa do artista, mesmo que atrelada à necessidade de cumprir um papel.

Extremamente vinculado a um contexto, esta forma de comunicação impressa possui duas linguagens que agem em conjunto: uma lingüística, textual e a outra visual. Estas duas, embora formem partes distintas, não podem ser analisadas separadamente se o objetivo for a plena compreensão de sua mensagem. Segundo o autor:

“O cartaz combina os gêneros, a arte visual estrita e a arte tipográfica: é o lugar onde se fundem os dois, onde a tipografia se torna imagem letrista, onde as letras abandonam sua rigidez categorial, onde os elementos da imagem adquirem valor simbólico, e, portanto, lingüístico.” (MOLES, 1974, p.44)

Os cartazes analisados nesta pesquisa refletem, embora sem excluir as outras, a função educadora como regente de seu papel na sociedade. Seu objetivo principal era doutrinador. Para isso servia o design e a criatividade, para chamar a atenção do cidadão. A maioria dos artistas produtores das peças que formam o corpus desta pesquisa possuía alguma vinculação ideológica com o regime, além de possuírem uma carreira artística paralela.

### 3.1.3. A Semiótica e a Mitologia

Saussure (2000) complementa a teoria semiótica focando a análise dos signos lingüísticos, suas noções sobre os dois eixos de relações entre as palavras auxiliam a compreensão das relações entre os diversos elementos de uma imagem. Tal como a mitologia de Barthes, Peirce, aqui resumido pela ótica de Joly (2008), com o vocabulário que subdivide os signos e inclui o receptor no processo semiótico, também suporta o entendimento do processo de significação.

Segundo Saussure (2000), um signo lingüístico une um conceito a um som, a palavra escrita seria apenas a representação desse som, conquanto não deixe de ser um signo completo; concebido em sua totalidade, os signos analisados pelo lingüista dividem-se em duas partes principais, o significante, o som propriamente dito, e o significado, o conceito remetido pela sonoridade da palavra.

“O signo lingüístico une não uma coisa e uma palavra, mas um conceito e uma imagem acústica. Esta não é o som material, coisa puramente física, mas a

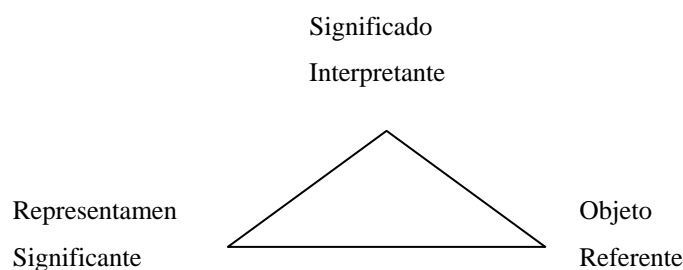
impressão (empreite) psíquica desse som, a representação que dele nos dá o testemunho de nossos sentidos; tal imagem é sensorial, e, se chegarmos a chamá-la “material”, é somente nesse sentido, e por oposição ao outro termo de associação, o conceito, geralmente mais abstrato.” (SAUSSURE, 2000, p.80)

Duas características básicas possuem todos os signos lingüísticos para o autor: a arbitrariedade e a linearidade do significante. O primeiro atributo refere-se à falta de sentido lógico na relação entre o som de um palavra e o seu significado, sendo construído culturalmente e instituído com o uso, divergindo das figuras que representam algo no mundo real, ou imaginário, tornando-se signos não arbitrários. A segunda característica salienta que as palavras adquirem o seu sentido através da linearidade dos sons de suas letras, e as sentenças através da linearidade dos sons de suas palavras, pelo encadeamento, pela impossibilidade de se pronunciar dois signos ao mesmo tempo, são relações sintagmáticas; em oposição, notam-se as relações paradigmáticas, ou associativas, formadas pelos grupos de palavras semelhantes em cada língua, de cada indivíduo. Estas coordenações entre as palavras refletem-se nas escolhas não-feitas, alternativas que foram postas de lado por particularidades de cada situação. Os estudos dos sistemas de signos lingüísticos podem ser amplificados e servem de base para outros sistemas, como o icônico, por exemplo. Saussure (2000) esclarece o seguinte sobre os eixos sintagmáticos e paradigmáticos:

“As relações e as diferenças entre termo lingüísticos se desenvolvem em duas esferas distintas, cada uma das quais é geradora de uma certa ordem de valores; a oposição entre essas duas ordens faz compreender melhor a natureza de cada uma. Correspondem a duas formas de nossa atividade mental, ambas indispensáveis para a vida da língua.” (SAUSSERE, 2000, p.142)

Peirce (1978) propiciou os estudos em semiótica abrangerem um escopo mais amplo, não relativizado apenas à lingüística e, ademais, introduzindo um fator importantíssimo que

possibilitou um enorme avanço na teoria geral dos signos: abarcar o trabalho de análise da imagem pela estruturação de um conjunto de pressupostos que consideram o poder do ambiente e do sujeito na interpretação e na atribuição de um significado a um signo. Ele construiu um triângulo onde a extremidade inferior esquerda é composta pelo significante, já a ponta direita chama-se objeto, o que a imagem representa, o significado na teoria de Saussure, e o vértice superior dessa relação que esmiúça o poder do espectador na atribuição de sentido ao signo recebe o nome de significado, ou interpretante:



Ele divide os signos entre ícone, índice e símbolo. Para o autor, ícone são todos os signos que possuem uma similaridade física com o seu objeto referente, a fotografia enquadra-se nesta categoria. O índice mantém uma relação de causa ou de efeito com o que representa, relação construída pela experiência humana, nuvens carregadas no céu que remetem à noção de chuva podem ser entendidas como índices. Já os símbolos possuem os seus significados convencionados socialmente, a imagem da foice e do martelo significando o comunismo ou a suástica representando o nazismo são tipos dessa categoria

Para Peirce (1978) uma imagem é um tipo de ícone e divide-se em três sub-categorias: o ícone, analogia entre o significante e o referente, o diagrama, que traduz uma relação interna ao objeto, e, por fim, a metáfora seria uma imagem que “trabalharia a partir de um paralelismo quantitativo” (JOLY, 2008, p.37). Joly (2008) salienta que uma imagem pode ser

heterogênea, o que significa que poderá ser composta de signos plásticos (cores, formas, texturas, etc.), signos icônicos (analógicos) e signos lingüísticos (linguagem verbal).

Já Barthes (1982), estrutura o processo de significação, construção mitológica discursiva ou imagética, sob a égide de um sistema semiológico de segunda ordem. O mito existe enquanto função indissociável de um signo lingüístico com um metalingüístico. A existência ambígua dos significantes nessa estruturação, segundo o autor, é aclarada com uma terminologia própria: sentido e forma dissociam-se, respectivamente enquanto um representa o termo final do primeiro sistema, o outro inicia o processo de apropriação final. Conclui-se que o mito é muito mais pobre que o sentido, pela sua diversidade, por isso a necessidade da variedade de significantes. É ainda salientada a maleabilidade do conceito mítico, por ser histórico, depende de fatores intrínsecos ao contexto para se manifestar.

“Na realidade, aquilo que permite ao leitor consumir o mito inocentemente é o fato de ele não ver no mito um sistema semiológico, mas sim um sistema indutivo: onde existe apenas uma equivalência, ele vê uma espécie de processo causal: o significante e o significado mantêm, para ele, relações naturais.” (BARTHES, 1982, P.152)

Conforme exposto, há uma intencionalidade no mito que se transmuta em propriedade fundamental, por isso Barthes (1982) o coloca como uma fala despolitizada, a sua função é transformar algo passível de explicação em uma constatação natural, traz à tona o contraste entre um real político e uma mitologia que fala *das* coisas do mundo. Não menos forte será o trabalho de significação de um sentido seguramente politizado, quando cotejado com o túbio *endeavour* preciso para deformar um objeto cujo peso político esteja muito afastado. Segundo o autor, a ideologia burguesa, em contraposição à de esquerda, é mitológica por almejar naturalizar conceitos políticos; já a outra estabelece uma transformação do real, quer revelar a política do mundo. Sobre a ideologia stalinista:

“Stalin, como objeto falado, apresentou durante anos, em estado puro, os caracteres constitutivos da fala mítica: um sentido, que era o Stalin real, o Stalin da história; um significante, que era o apelo ritual a Stalin, o caráter *fatal* dos atributos de natureza com que se rodeava o seu nome; um significado, que era a intenção de ortodoxia, de disciplina, de unidade, *apropriada* pelos partidos comunistas a uma situação definida; enfim uma significação, que era um Stalin sacralizado (...) neste caso, a despolitização é evidente, denuncia claramente o mito.” (BARTHES, 1982, p.167)



### 3.2. CARTAZ 1 – O IMPERIALISMO

Este cartaz de Dmitry Stakhievich Orlov é um exemplo da Lei do Inimigo Único, o imperialismo, neste caso. Nota-se, também, a Lei da Unanimidade, exposta na figura da multidão. Representado na diabólica figura de uma serpente, a construção mitológica apropria-se de um signo para representar um conceito; segundo Barthes (1982), as possibilidades de significação são infinitas, por isso a serpente é apenas um dos diversos sistemas semiológicos de primeira ordem possíveis. Percebem-se dois valores chaves nesse cartaz: a ameaça exterior e a redenção socialista. Os respectivos significantes são a serpente e o sol.



Figura 1

(Disponível em <http://sovietposter.blogspot.com/>, acessado em 27/06/2010.)

### 3.2.1. Leitura e Análise – O Imperialismo

“Morte ao imperialismo mundial” diz o letrado, ancorando o sentido da mensagem com a imagem de uma enorme serpente verde, diabólica, envolvendo um conjunto de prédios negros, imponentes, a frente de um sol multicolorido. Esse monstro é combatido por uma numerosa massa de homens, trabalhadores, soldados, marinheiros que o afugentam empunhando tremeluzentes bandeiras vermelhas, símbolos do partido.

<b>Significantes Icônicos</b>	<b>Sistemas de Segunda Ordem</b>
- Serpente: verde, envolve as fábricas, diabólica, amedronta os trabalhadores;	- Mal, imperialismo, obstáculo a ser vencido, inimigo a ser derrotado;
-Pessoas: soldados, marinheiros, trabalhadores, atacam a serpente, agem em conjunto, seguram armas e bandeiras vermelhas;	- Povo, age através de um ideal, é fervoroso, almeja a redenção pelo controle dos meios de produção, é unido;
-Indústrias: negras, imponentes, enquadramento em <i>contré-plongé</i> , algumas faces vermelhas, soltam fumaça;	-Meios de produção, dominados pelo imperialismo;
-Sol: multicolorido, esconde-se atrás das fábricas;	-Redenção, objetivo a ser alcançado;
<b>Significantes Lingüísticos</b>	<b>Relação Texto/Imagem</b>
“Morte ao Imperialismo Mundial”	- Ancoragem

Tabela 1

Esta peça enquadra-se no contexto histórico da década de 1920, onde, imersa na conturbada realidade da guerra civil, a Rússia já era controlada pelo partido bolchevique.

Entusiasmados com a tomada do poder, os revolucionários estavam otimistas com a possibilidade de levar o levante operário para outros países. Sabe-se que isso não ocorreu, nem todos os partidos comunistas tiveram líderes tão competentes, nem todos os países viam-se em condições tão propícias para a derrocada capitalista como a Rússia. A luta contra o imperialismo, até a morte de Lenin, foi o objetivo máximo dos bolcheviques; inflamar os corações dos operários e soldados com o ardor revolucionário era condição indispensável para enfrentar o exército branco e a ajuda capitalista internacional. Os agitadores e propagandistas do comitê central estavam imbuídos da tarefa de propagar o sonho socialista de um mundo justo.

O imperialismo capitalista está inscrito mitologicamente na imagem do demônio verde. Transpor um conceito político, tanto abstrato quanto subjetivo, para a figura de um monstro, imagem reconhecidamente maléfica no imaginário popular, funciona como um artifício único para propiciar a projeção de ódios políticos, como se transformasse algo etéreo em um sujeito possível de ser morto, facilmente aniquilável, inclusive com os próprios punhos. Este ser abjeto impede o povo russo, ou de qualquer parte do mundo, de alcançar as fábricas, indústrias, ou, numa relação indireta, os meios de produção de que Marx falava. O modo como a serpente envolve e enleva as fábricas, apropriando-se escandalosamente de algo que não é seu, favorece o surgimento de uma cólera contra ela e, conseqüentemente, contra o seu mito, de quem ela é apenas a forma vazia. É certo que em nenhum momento são evocadas as cores da bandeira russa, ressaltando, numa abordagem paradigmática com as cores vermelhas das bandeiras revolucionárias, o caráter mundial do entrave. Também relativo às escolhas não feitas, podemos identificar como público-alvo da peça de propaganda os operários, urbanos, afinal o objetivo é controlar as fábricas, não o campo, e não existe

nenhuma referência ao meio rural. Ressalte-se que eles agem em conjunto, unidos, representando a necessidade do esforço coletivo.

Os meios de produção, escurecidos quando envoltos pelo monstro imperialista, são vistos de baixo, como uma montanha, tal que fosse preciso escalá-los até o topo, onde resplandece o sol da redenção socialista. Algumas faces dessas indústrias escuras, que ainda funcionam, vejam-se as suas chaminés expelindo fumaça, refletem o vermelho das bandeiras do partido, que estão ao fundo, como se tudo ocorresse porque elas estão ali, servindo de fundamento e explicitando que a batalha exposta acontece sob os auspícios de uma ideologia.

### 3.3. CARTAZ 2 – A INDUSTRIALIZAÇÃO

A importância dessa peça de Vasily Kobelev dá-se pelo exemplo de uma propaganda que visava proclamar os sucessos da revolução e não só isso: concatenar o progresso econômico e social com a imagem mítica do líder público, responsável por retirar a nação da estagnação. Além disso, a obra refletia a Lei da Ampliação e Desfiguração ao exaltar os feitos do regime e a Lei da Transusão quando oferecia uma industrialização a um país sedento por desenvolvimento econômico. Aliás, aqui três signos (lâmpada, hidrelétrica e torre de energia) constroem esse mito. O principal valor dessa peça é o sucesso do regime, expresso no enaltecimento da industrialização, aliado à figura salvadora, paterna, de Lenin.



Figura 2

(Disponível em <http://sovietposter.blogspot.com/>, acessado em 27/06/2010.)

### 3.3.1. Leitura e Análise – A Industrialização

Tem-se três blocos de significantes lingüísticos, o primeiro, no alto, introduz a mensagem do cartaz com a frase “Lenin e a Eletrificação”, ancorando o sentido das imagens posteriores. O segundo texto, ilustrado como os fios da torre de energia que se ergue à direita, legendam as imagens da hidrelétrica do Rio Volkhov, primeira central construída sob os auspícios de um antecessor dos planos quinquenais stalinistas, o GOELRO, comissão estatal para eletrificação da Rússia, “Volkhovskaya fornece a corrente!”, diz a mensagem, que divide a peça em dois blocos visuais e por ela guia os olhos do leitor, inclusive os levando para o horizonte, junto à torre de energia mais distante, como se o levasse a vislumbrar o futuro. No

rodapé tem-se um resumo da mensagem principal, que diz: “Comunismo é isso: poder aos soviets mais eletrificação.”.

<b>Significantes Icônicos</b>	<b>Sistemas de Segunda Ordem</b>
- Busto de Lenin: circunspeto, envolto em um círculo vermelho, olhar distante, é o centro ótico do cartaz.	- Salvador, líder, pai, humildade, convicção, seriedade
-Torres de energia: enormes, a da direita sustenta o cartaz, ligando a base ao topo, relação de profundidade, levando a visão ao horizonte.	- Progresso, sustentação, desenvolvimento.
-Lâmpada: como uma seta, aponta para Lênin, está parcialmente desmontada.	-Modernidade, revelação
-Hidrelétrica: grandiosa, vista do alto, como uma foto jornalística, informativa.	-Industrialização, grandiosidade.
<b>Significantes Lingüísticos</b>	<b>Relação Texto/Imagem</b>
“Lenin e a Eletrificação”	- Ancoragem
“Volkhovskaya fornece a corrente!”	- Ancoragem e Revezamento
“Comunismo é isso: poder aos soviets mais eletrificação.”	- Redundância

Tabela 2

Segundo Kenez (2007), os anos da NEP foram contraditórios, economia e política entrelaçavam-se de uma forma hostil, a liberalização era uma concessão para içar o país de uma complexa situação de estagnação, entretanto se chocava com os ideais do bolchevismo. Em meados da década de 20, menos de 2% das terras lavradas eram de posse estatal e na indústria o governo só controlava o segmento pesado, de base. Industrializar o país, focando-

se na média e pequena produção, na visão dos líderes comunistas, era imprescindível para equiparar o país com as potências capitalistas. Conquanto os ideólogos da revolução mundial ainda não tivessem sido totalmente calados pelas circunstâncias, os dirigentes do partido eram essencialmente pragmáticos, concediam quando pensavam necessário.

Nesse contexto, onde diversos estratos sociais que apoiaram a revolução mostravam-se hesitantes em afirmar categoricamente as conquistas do regime, via-se como fundamental divulgar os avanços e o empenho em desenvolver o país.

Este cartaz remete ao ano de 1925, após a morte de Lenin, e expressa os esforços de transformá-lo em um mártir, símbolo da tomada do poder pelos operários. No vácuo político causado pelo seu falecimento, todos os potenciais dirigentes do partido esforçavam-se por se colocarem como continuístas. Nesta peça a sua imagem é trabalhada como se Lenin fosse o sol, conotação da esfera vermelha onde está inserido, que ilumina a cidade abaixo dele e todo o grandioso terreno da hidrelétrica exposta. Ele não olha diretamente para a câmara, mas vislumbra algo que não faz parte do quadro, e essa escolha deu-se como precisa para não proporcionar a sensação que o responsável pela eletrificação colocava-se dessa maneira, numa auto-afirmação vaidosa, o que teria acontecido se o olhar estivesse voltado para o receptor do cartaz, porém, é apenas citado, em terceira pessoa, fruto da admiração de um ente subjetivo, emissor da mensagem.

Necessário evocar os signos plásticos utilizados: as cores da Rússia, branco, azul e vermelho. Embora não seja feita nenhuma alusão aos valores pátrios, eles estão subjacentes, quase como configurando um exemplo de transição entre dois tipos de ideologia, do não-nacionalismo para o seu oposto. O inventário denotativo ainda contém a enorme torre que serve de sustentação entre a base e o topo da peça e a sua própria utilização como um pilar,

aliada ao simbolismo que uma torre de energia exalta em uma situação de extremo atraso industrial, conotam desenvolvimento e progresso. A modernidade é refletida pela imagem da lâmpada, objeto novo, fetiche da tecnologia e do avanço científico que, desmontando-se, revela os seus componentes internos e perde parte de sua complexidade, tornando-se uma idéia dominada, que aponta para o responsável por sua desmistificação. Outro significante atuante, a imagem da hidrelétrica de Kholkhoz, em recortes, colagens, típico do construtivismo, demonstra a grandiosidade das conquistas do regime soviético, ressaltando um dos apanágios do cartaz, a sua função informativa.



### 3.4. CARTAZ 3 – A BURGUESIA

O cartaz de Mitslav Valerianov data de 1925 e conclama as mulheres a comparecerem ao sufrágio para eleição dos deputados do partido. Foi escolhido pelo seu papel informativo e educador: enquanto leva a eleição ao conhecimento das mulheres, demonstra o valor puritano e otimista, além de exemplificar a união da Lei da Unanimidade com a Lei do Inimigo Único (multidão e burguesia).



Figura 3

(Disponível em <http://sovietposter.blogspot.com/>, acessado em 27/06/2010.)

### 3.4.1. Leitura e Análise – A Burguesia

“Trabalhadora e camponesa, todas na eleição.” é o que está inscrito nas faixas carregadas pelas mulheres, este convite, ou ordem, introduz e ancora a mensagem visual. O último bloco de texto diz: “Sob a bandeira vermelha, numa mesma linha com os homens! Nós amedrontamos a burguesia!”; isto reverte o sentido com as imagens e assume, também, função de âncora ao colocar em palavras o papel da figura masculina. O bloco constituído pelas mulheres concentra quase todo o peso visual da peça, e isso conota força, tal é o esmagamento que sofre o homem, apavorado. Existe um dinamismo estético proporcionado pela inclinação da linha, quase retilínea, das trabalhadoras, que fortalece a sensação de carga sobre a parte baixa do cartaz, assim como as mulheres uma sobre as outras, sem se ocultarem atrás da linha de frente. A alternância entre vermelho e negro nos vestidos acresce à estética, porém o vermelho, a cor da revolução, une todas as mulheres, as imiscui, antropomorfia o partido no coeso bloco de trabalhadoras, como se ele fosse o responsável pela pressão sobre a burguesia. Imagem icônica de grande expressão, o aterrorizado homem burguês, nitidamente caracterizado com roupas requintadas, em contraste direto com a simplicidade das vestes das mulheres, cria uma dicotomia social.

Significantes Icônicos	Sistemas de Segunda Ordem
- Mulheres: unidas, austeras, vermelho e preto contrastantes, bloco coeso, em linha, distorção de perspectiva, carregam a faixa introdutória;	- Determinação, força, união;
-Homem: débil, está caindo, apavorado, obeso, sofisticação em	- Burguesia, fraqueza, usurpação;

suas vestes;	
<b>Significantes Lingüísticos</b>	<b>Relação Texto/Imagem</b>
“Trabalhadora e Camponesa, todas na eleição.”	- Ancoragem
“Sob a bandeira vermelha, numa mesma linha com os homens! Nós amendrontamos a burguesia!”	- Ancoragem e Revezamento

Tabela 3

Kenez (2007) reitera que os bolcheviques instauraram o voto feminino na Rússia em 1917. Ressalta-se, nessa peça, o caráter do puritanismo soviético e a projeção do maior inimigo interno, a classe burguesa. As campanhas de incentivo aos cidadãos eram comuns na década de 20, os dirigentes soviéticos, principalmente Lenin, esforçavam-se para elevar o nível cultural da população com campanhas contra o analfabetismo, contra o alcoolismo e incitando a votação, como exemplificado pelo cartaz.

Existem três significações preponderantes que transformam os sentidos, a passeata das mulheres e o capitalista, em forma, puritanismo, otimismo e adversidade. Esse processo de significação ocorre sob a égide dos significantes lingüísticos, que entrelaçam os significados dos dizeres das faixas com as fisionomias das imagens femininas, que transmitem determinação ao olharem todas para o mesmo ponto, o horizonte, e bradarem a convocação às eleições de forma uníssona. Esse otimismo repercute no soterramento do inimigo burguês, as trabalhadoras nem sequer notam sua presença, sobrepujam-no. O puritanismo soviético, valor de austeridade, extrema força para enfrentar as dificuldades, deforma o sentido dos rostos das mulheres, severos, e é potencializado pelo contraste entre a

simplicidade de sua indumentária –que expõe a sua força, enquanto a riqueza do homem traz à tona sua debilidade – e o refino dos trajes da figura masculina. Novamente se tem a representação de um conceito subjetivo em uma figura que suscita ódio, o burguês, capitalista, responsável pela opressão segundo a ótica marxista-leninista, porém ele está sozinho, indefeso, pode ser facilmente derrotado; a sua obesidade, em um país onde a maioria da população sofre de falta de alimentos, é quase uma provocação. Esse cartaz difere-se do de Orlov, quanto ao mito da adversidade, pela caricatura, certo humor depreciativo, que opõe a força da serpente imperialista à tibieza do atemorizado burguês.

### 3.5. CARTAZ 4 – O MILITARISMO

Peça de incentivo aos soldados que lutavam no oeste do país contra o exército do terceiro reich, a obra dos Kukryniksy é notável porque ilustra as mudanças na propaganda soviética com o advento da Segunda Guerra Mundial. Líderes do passado passam a ser exaltados, assim como o militarismo e o nacionalismo. O otimismo também está presente, visto nos semblantes determinados dos soldados e a preponderância destes valores enquadra o cartaz no movimento realista socialista de Jdanov. Em sintonia com os estudos de Tchakhotine (1967) e com a Lei da Transusão, as figuras dos mitos históricos funcionam como líderes, atingem o público em um momento de desamparo coletivo.



Figura 4

(Disponível em <http://sovietposter.blogspot.com/>, acessado em 27/06/2010.)

### 3.5.1. Leitura e Análise – O Militarismo

As palavras que apóiam a obra gráfica de 1941 dos artistas Kukryniksy e explicam quem são as imagens que sobrevoam os soldados, no ano da operação Barbarossa, são: “Corajosamente e irresistivelmente nós lutamos e apunhalamos - Nós somos netos de Suvorov e filhos de Chapaev.” Vêm-se no cartaz as imagens de soldados, alinhados em profundidade, avançando contra um inimigo, num possível campo de batalha, acompanhados por blindados. Acima de todos eles pairam as figuras, da mais distante para a mais próxima, em respectiva ordem cronológica de existência: Alexander Nevski, Alexander Suvorov e Vasily Chapayev, seus braços estendidos apontam a direção a ser trilhada pelo exército.<sup>1</sup>

<b>Significantes Icônicos</b>	<b>Sistemas de Segunda Ordem</b>
- Soldados: em marcha, empunham armas, atacam, resolutos, iguais, alinhados, auxiliados por tanques;	- Determinação, Força;
-Figuras Históricas: vermelhas, indicam a direção, empunham armas, enormes, em ordem cronológica de existência, fantasmagóricas.	- Auxílio, Heroísmo, Exemplo, Liderança,
<b>Significantes Lingüísticos</b>	<b>Relação Texto/Imagem</b>
“Corajosamente e irresistivelmente nós lutamos e apunhalamos - Nós somos netos de Suvorov e filhos de Chapaev.”	- Ancoragem e Revezamento

Tabela 4

<sup>1</sup> Alexander Nevski foi um grande militar e político da Rússia Medieval, teve grande importância na guerra contra os cavaleiros teutônicos. Alexander Suvorov foi um famoso general do império russo, conhecido por nunca ter perdido uma batalha, já Vasily Chapayev foi um importante combatente na Guerra Civil pós-revolução.

Esta peça é exemplificativa do movimento realista socialista, que não atingiu somente as artes gráficas: o cinema também se tornou um dos principais veículos destes novos valores. Jdanov coordenava a produção de diversos filmes que perpetravam mitos de acordo com a necessidade. Até 1930, nos anos dos grandes expurgos stalinistas, o grande inimigo, segundo a sétima arte, estava incrustado, disfarçado, dentro da nação. No final desta década, com a guerra na Europa e com as vitórias alemãs sobre potências como a França e a Inglaterra, o inimigo passou a ser externo ao país. Em um primeiro momento, no cenário do pacto da não-agressão Ribbentrop-Molotov, o Birô político Soviético tinha como objetivo principal manter o país afastado do conflito, por isso as produções cinematográficas nomeavam os responsáveis pelos problemas mundiais ora os países Aliados, ora o nacional-socialismo alemão, em filmes épicos como Aleksander Nevski, de Eisenstein.

Novamente o tom vermelho colore os mitos históricos da Rússia, que fornecem a força e a coragem para os soldados e reiteram a presença do socialismo, como uma bandeira do partido. Os braços extensos, empunhando cada um a arma de sua época, motivam o otimismo soviético, são recorrentes os olhares em direção ao horizonte e os semblantes sérios, que conotam determinação e confiança. Os soldados, alinhados, mesclam-se com a fantasmagoria dos antigos líderes e com os tanques, confundindo a real origem da força.

O iconoclasmo marxista-leninista foi posto de lado para enaltecer a glória da Rússia, o amor à história do país, que antes era visto como contrário à lógica da emancipação social internacionalista, serve aos interesses do estado num momento de desespero político, fruto da ineficiência do exército e do receio de um *deja vu* histórico, lembrança da derrocada do czarismo em meio a um conflito intercontinental semelhante; salienta-se que, como o governo autocrático do começo do século, o stalinismo não gozava de apoio popular resistente, principalmente no campo, cenário das batalhas, terra ocupada pelas divisões hitleristas.

### 3.6. CARTAZES 5, 6 E 7 – A MULHER

Estes três cartazes servem para ilustrar como era tratada a figura feminina pela propaganda soviética. O puritanismo e o otimismo estão novamente presentes. A Lei da Orquestração explica a repetição em diferentes períodos de um mesmo signo, a figura feminina presente nos três cartazes. Somente o mito varia em cada peça: a mulher social, política e patriota.







Figura 5. 6 e 7 (de cima para baixo)

(Disponível em <http://sovietposter.blogspot.com/>, acessado em 27/06/2010.)

### 3.6.1 Leitura e Análise – A Mulher

No primeiro cartaz os textos dizem: “Você quer ajudar a eliminar o analfabetismo? Junte-se à sociedade pelo fim do analfabetismo!” O pequeno texto da margem esquerda faz menção à Lenin, lembrando a proximidade do décimo aniversário da revolução: “Nós devemos celebrar o décimo aniversário da revolução de outubro com uma vitória final sobre o analfabetismo!”. A boca semi-aberta da figura feminina a coloca como interlocutora das mensagens textuais; centro do cartaz, ela aponta para o leitor, mais precisamente para a leitora, numa atitude comum da propaganda do início do século, como um “*Tio Sam*” convocando jovens americanos para o alistamento militar.

<b>Significantes Icônicos</b>	<b>Sistemas de Segunda Ordem</b>
- Mulher: aponta e olha para o leitor, está de perfil, roupas simples, boca semi-aberta, expressa motivação.	- Convocação, motivação;
<b>Significantes Lingüísticos</b>	<b>Relação Texto/Imagem</b>
“Você quer ajudar a eliminar o analfabetismo? Junte-se à sociedade pelo fim do analfabetismo!”	- Ancoragem;
“Nós devemos celebrar o décimo aniversário da revolução de outubro com uma vitória final sobre o analfabetismo!”	- Revezamento;

Tabela 5

O texto da segunda obra contém: “Mulher emancipada – construa o socialismo!” e serve como âncora para a representação visual. O duro contraste entre as sombras e a luz, não-difusa, embrutece a trabalhadora, conferindo-a caracteres masculinos. A bandeira vermelha diretamente imbui a presença do ideal político na mensagem e as fábricas ao fundo conotam a origem da operária.

<b>Significantes Icônicos</b>	<b>Sistemas de Segunda Ordem</b>
- Mulher: olhar distante, cores contrastantes, embrutecida, vestes simples, empunha a bandeira, enquadramento médio.	- Determinação, seriedade, coragem.
-Bandeira: vermelha, serve como cabeçalho, enquadra o cartaz.	-Socialismo
-Fábricas: ao fundo, em atividade.	-Operariado
<b>Significantes Lingüísticos</b>	<b>Relação Texto/Imagem</b>
“Mulher emancipada, construa o socialismo!”	- Ancoragem;

Tabela 6

O texto da segunda obra contém: “Mulher emancipada – construa o socialismo!” e serve como âncora para a representação visual. O duro contraste entre as sombras e a luz, não-difusa, embrutece a trabalhadora, conferindo-a caracteres masculinos. A bandeira vermelha diretamente imbui a presença do ideal político na mensagem e as fábricas ao fundo conotam a origem da operária.

<b>Significantes Icônicos</b>	<b>Sistemas de Segunda Ordem</b>
- Mulher: enquadramento em <i>close</i> , expressão repreensiva, gesticula um pedido de silêncio, vestes simples.	- Repreensão, austeridade.
<b>Significantes Lingüísticos</b>	<b>Relação Texto/Imagem</b>
“Mantenha sua boca fechada!”	- Ancoragem
“Mantenha os seus olhos abertos, nos dias de hoje todas as paredes têm ouvidos. A tagarelice e a fofoca andam de mãos dadas com a traição.”	- Revezamento

Tabela 7

Alguns fatores são determinantes para a compreensão das mudanças na participação das mulheres nas estruturas daquela sociedade, dentre eles: a industrialização progressiva, que se apossou da mão da obra feminina e transferiu para o meio urbano diversos núcleos familiares, o colapso demográfico de duas grandes guerras que ocasionou a drástica diminuição da população masculina economicamente ativa e o crescente investimento do governo bolchevique em políticas que visavam a emancipação feminina, como a facilitação do divórcio, a transformação do casamento em ato civil e a autorização do aborto. (KENEZ, 2007)

Nas regiões rurais é difícil afirmar que a estrutura familiar patriarcal tenha se alterado significativamente, porém nas grandes cidades o modelo de família nuclear encontrou um terreno fértil para se desenvolver. Nesse contexto, o papel da figura feminina muitas vezes passou a ser laboral e doméstico, por isso a propaganda voltava-se para esse público de maneira tão contundente: as mulheres soviéticas, principalmente no meio urbano, possuíam

um papel ativo em mais de uma esfera social e os comunicadores do partido viam-nas capazes de alterar a realidade, por isso uma parte das peças de propaganda tinham-nas como público-alvo. Três cartazes ilustram diferentes construções significativas para um mesmo significante icônico, uma figura feminina, esta diferenciação visava adequar a comunicação a três propósitos diversos; no primeiro cartaz, de 1925, contra o analfabetismo, a mulher é vista como agente social, educadora, já no segundo, de 1926, a intenção é incluir as mulheres na vida política partidária e a peça de 1941 remete ao ano da operação Barbarossa, colocando a imagem feminina em um papel de auxílio à resistência militar. Conquanto o objetivo de comunicação dos três materiais seja diverso, os mitos são os mesmos: o puritanismo e o otimismo exemplificam-se na figura da mulher. As diferenças entre cada uma dessas imagens, a postura, os gestos, o olhar, ou as cores, não alteram a projeção social do ícone, que é mantida intacta: uma mulher, operária ou camponesa, em indumentária típica, simples. Os significantes plásticos das três obras também são semelhantes: preto, branco, vermelho e variações de cinza. No primeiro e no último cartaz o Estado personifica-se na figura feminina para orientar, esclarecer as cidadãs, utilizando-a como porta-voz, no entanto a apropriação da personalidade não ocorre no segundo cartaz; não menos do que gerar identificação com o público feminino, se o olhar da operária estivesse voltado para o leitor, como nas outras obras, a figura feminina também funcionaria como um veículo de persuasão no cartaz de 1926.

### 3.7 – CARTAZES 8, 9 E 10 – O OPERÁRIO

Assim como os três cartazes anteriores refletiam a figura feminina, estes exemplificam o uso orquestrado da figura do operário. A imagem do trabalhador que empunha sua ferramenta, o martelo, teve constante o seu uso pela propaganda. Ícone do estrato social que sustenta o partido, o operário representa a coragem, a força e o puritanismo do cidadão soviético idealizado. Essa estrutura mitológica, que apropria o signo, serve aos propósitos do partido em diferentes situações e para fins diversos.





Figura 8, 9 e 10 (de cima para baixo)

(Disponível em <http://sovietposter.blogspot.com/>, acessado em 27/06/2010.)

### 3.7.1. Leitura e Análise – O Operário

Semelhantes entre si, o principal significante icônico dos três pôsteres é o trabalhador prestes a esmagar uma garrafa de álcool, falsos trabalhadores super produtivos e uma figura masculina semelhante à Hitler. Em dois cartazes a imagem não possui características faciais, porém em todos é colorida de vermelho, cor energética que remete aos ideais revolucionários. Num dos cartazes existem três operários que conjugam forças, representando, novamente, a necessidade de união. A impessoalidade das figuras permite uma universalidade do mito, facilita a identificação, assim como a caricatura da adversidade descomplica o objetivo, aparenta simplicidade, noção robustecida pela força e a destreza com que cada imagem desfere o golpe com o martelo.

<b>Significantes Icônicos</b>	<b>Sistemas de Segunda Ordem</b>
- Homem: prestes a desferir um golpe com o martelo, é vermelho, operário, demonstra força;	- Força, determinação, austeridade.
- Garrafa: enorme, de vidro, azulada, bebida alcoólica;	- Alcoolismo;
- Fábricas: ativas, formam o fundo da imagem;	- Operariado;
<b>Significantes Lingüísticos</b>	<b>Relação Texto/Imagem</b>
“Vamos descartá-lo!”	- Ancoragem
“A Revolução Cultural”	- Redundância
“Álcool”	-Ancoragem

Tabela 8



<b>Significantes Icônicos</b>	<b>Sistemas de Segunda Ordem</b>
- Homens: vermelhos, impessoais, golpeiam em conjunto, portam marretas e picaretas;	- União, força, determinação.
- Imagens ao centro: homens, relógio, aglomerados, sustentados por engrenagens, confusão, recebem o golpe dos operários, contidos em uma faixa triangular em perspectiva que se une à faixa formada pela trajetória das ferramentas.	- Fraude, mau comportamento; sistema produtivo ineficiente.
<b>Significantes Lingüísticos</b>	<b>Relação Texto/Imagem</b>
“Nós golpeamos os falsos trabalhadores super produtivos!”	- Ancoragem

Tabela 9

<b>Significantes Icônicos</b>	<b>Sistemas de Segunda Ordem</b>
- Homem: prestes a desferir um golpe com um martelo, vermelho, impessoal;	- Força, determinação, empenho;
- Forja: receberá o golpe do martelo, projeta a artilharia, negra e vermelha,	- Industrialismo;
-Artilharia: projetadas em direção ao inimigo, vermelhas, diversas, composta por pequenos mísseis e munições;	- Indústria bélica, arma;
-Homem de preto: assustado, na trajetória dos projéteis, perde sua pistola e um martelo que escorre	- Hitler, nazismo, adversidade, debilidade.

sangue, esverdeado, vestes negras, despenca;	
<b>Significantes Lingüísticos</b>	<b>Relação Texto/Imagem</b>
“Toda a batida do martelo acerta o inimigo!”	- Ancoragem

Tabela 10

A compreensão desses três cartazes perpassa pela ciência de três contextos históricos. O primeiro deles remete à revolução cultural ansiada pelos bolcheviques na década de 20 – não foram menores os esforços para expurgar o alcoolismo da sociedade soviética quando confrontados com o empenho para alfabetizar a nação. “A Revolução Cultural” é o que está inscrito na marreta, como se a própria campanha desferisse o golpe. O cartaz de 1931 concatena-se com o movimento Stakhanov, campanha pelo aumento da produtividade laboral nas fábricas inspirada no operário homônimo que, segundo a propaganda soviética, aumentara a sua eficiência em 1400%; era tarefa de todo trabalhador inspirar-se no feito hercúleo do herói produtivo e alcançar as metas impostas pelos administradores. Já o último cartaz possui um caráter militarista, ao longo dos primeiros anos da segunda grande guerra a economia planificada mostrou dinamismo ao transportar para o leste grande parte de suas médias e pequenas indústrias, para protegê-las do assalto nazista; milhares de operários migraram para a Ásia Central e para a Sibéria. Operários tornavam-se soldados vermelhos da noite para o dia com as convocações militares. Expressa na obra de 1941, tal situação criava uma semelhança entre a função laboral e a função militar. Uma servia aos propósitos da outra: era necessário produzir para alimentar a indústria bélica, que serviria para defender uma nação cujo fetiche

era a indústria pesada e a produtividade. Operário e soldado mesclavam-se, quando um não estava, o outro aparecia.

### 3.8 – ANÁLISE GERAL

Embora a amostra de cartazes analisada consubstancie uma temporalidade de mais de duas décadas, os mitos e os valores repetem-se. Cada cartaz expressa a função educadora de Moles (1974) não apenas propagando apenas um atributo da gama de conceitos da ideologia soviética, mas vários. Não obstante alguns sejam preponderantes. Nota-se uma maior repetição, como expressa na tabela a seguir, dos valores puritanos e otimistas e da Lei da Unanimidade e da Simplificação. Necessário ressaltar a importância da recapitulação daquela propaganda como um todo, para não inculcar que o padrão observado nessa seleção seja o efetivo de todas as peças produzidas durante o período.

<b>CARTAZ</b>	<b>CONTEXTO</b>	<b>VALORES</b>	<b>TÉCNICA</b>
1. O Imperialismo	- 1920, Guerra Civil	- Ameaça Exterior - Redenção	-Lei da Unanimidade - Lei do inimigo Único
2. A Industrialização	-1925, Anos da NEP	- Sucesso do Regime	- Lei da Ampliação e Desfiguração - Lei da Transfusão
3. A Burguesia	-1925, Eleições para o Partido	- Puritanismo - Otimismo	- Lei da Unanimidade - Lei do Inimigo Único
4.O Militarismo	-1941, Segunda Guerra Mundial	- Nacionalismo - Otimismo	- Lei da Transfusão
5, 6 e 7. A Mulher	-1925, Revolução Cultural -1926, Emancipação Política Feminina -1941, Segunda Guerra Mundial	- Puritanismo - Otimismo	- Lei da Orquestração
8, 9 e 10. O Operário	-1923, Revolução Cultural -1931, Movimento Stakhanov -1941, Segunda Guerra Mundial	-Puritanismo - Otimismo	- Lei da Orquestração

Tabela 11

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma vez identificados, na amostra de cartazes, os elementos que transmitem as técnicas persuasivas e os valores ideológicos, chega-se à conclusão que, nas peças analisadas, a propaganda do regime perpetuava: o puritanismo, o otimismo, a ameaça exterior, o sucesso do regime, a redenção socialista e o nacionalismo. Estes significados geralmente coexistem, embora haja uma preponderância de algum deles em função do arranjo das imagens e da linguagem dos cartazes. Quanto à técnica, notam-se os argumentos que apelam para a unanimidade, os que desfiguram e ampliam os inimigos e as conquistas do regime, os que aproveitam as fraquezas e necessidades do receptor das mensagens e os que invocam a repetição sistematizada de símbolos, slogans e imagens. A função educadora foi a preponderante em todos os cartazes.

Sobre a propaganda política soviética, como exemplo da incapacidade de se dizer algo sem nada se dizer, a existência de uma mensagem implica a expressão de uma ideologia, se bem que não raro dissimulada. Por isso, nota-se quão carregado de significados eram os cartazes soviéticos de caráter público, a amostra analisada, fragmento pequeno, expõem mitos claros, que, em sua maioria, referem qual reclamaria ser o sujeito ideal –otimista, puritano, sempre orgulhoso das conquistas da revolução, por isso todos os seus atos visavam à redenção socialista, nunca duvidando da existência de verdadeiros inimigos no percurso.

Não obstante a produção gráfica tenha sido elevada na história soviética, ressalta-se que para uma efetiva análise da representação ideológica naquela cultura é preciso resgatar a totalidade de sua produção cultural, porquanto havia uma confluência de técnicas posta em prática pelos propagandistas que não pode ser ignorada. Tal diversidade implica uma

pluralidade metodológica, avessa a uma rigidez que duraria só se os meios e as formas fossem similares. Por conseguinte, o espaço a que essa pesquisa se dedica torna-se escasso para tamanha empresa, porém é vasta a quantidade de material disponível para ser analisado, expor as complexas projeções das estruturas sociais escondidas sobre as imagens.

## REFERÊNCIAS BIBLIGRÁFICAS

- BARRETO, Roberto Menna. **URSS, Interpretação através da Propaganda**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1966.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Difel, 2007.
- DOMENACH, Jean-Marie. **A Propaganda Política. Edição Eletrônica**. Ed. Ridendo Castigat Mores, data não informada. <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>, acessado em 21/06/2010.
- HOBBSAWN, Eric John Earnest. **A Era dos Extremos**. São Paulo: Companhia das Letras: 2008.
- JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. Campinas: Papyrus, 2008.
- KENEZ, Peter. **História da União Soviética**. Lisboa: Edições 70, 2006.
- MOLES, Abraham. **O Cartaz**. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- MORAES, Denis de. **O imaginário Vigiado: A imprensa comunista e o realismo socialista no Brasil (1947-53)**. Rio de Janeiro: Jose Olympio, 1994.
- PENN, Gemma. **Análise Semiótica de Imagens Paradas**. In: BAUER, Martin, GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- REED, John. **Os Dez Dias que Abalaram o Mundo**. São Paulo: Círculo do Livro, 1997.
- REICH, Wilhelm. **Psicologia de massas do fascismo**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- SAUSSURE, Ferdinand. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix, 2000.
- TCHAKHOTINE, Sergei. **A Mistificação das Massas pela Propaganda Política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.