

# Possíveis leituras de “Foi Propaganda Mesmo Que Você Disse?” de Michel Pêcheux

Ana Zandwais<sup>1</sup>

**Abstract:** This study proposes a reflection on the sources of the Word propaganda, at the beginning of the twentieth century in the United States and European countries “East and West” in order to produce an analysis about the means and goals that conducted the term propaganda to different uses according to the interests in economic and government policies at liberal societies and totalitarians regimes. By discussing on the ways the word is employed and the senses it gets, following the approach of the French philosopher Michel Pêcheux, we try to illustrate how this kind of discourse functions until the actuality.

**Keywords:** Propaganda; discourse; violence; fascism; Nazism

**Resumo:** Este estudo busca refletir sobre as origens do termo propaganda durante o início do século XX nos Estados Unidos e em países europeus do “Leste e do Oeste” com vistas à produção de uma análise sobre os meios e os fins que conduzem seus diferentes empregos, de acordo com interesses econômicos e políticos em sociedades liberais e regimes totalitários. Ao abordar as formas através das quais o termo é utilizado e os sentidos que adquire, acompanhando a abordagem do filósofo francês Michel Pêcheux, buscamos ilustrar como este tipo de discurso funciona até os dias atuais.

**Palavras-chave:** Propaganda; discurso; violência; fascismo; nazismo

A manipulação consciente e inteligente dos hábitos organizados e opiniões das massas é um elemento importante na sociedade democrática. Aqueles que manipulam este mecanismo oculto da sociedade constituem um governo invisível que é o verdadeiro poder de nosso país. Edward Bernays. Propaganda, 1928.

## Introdução

Este estudo, desenvolvido a partir do Projeto “História das Idéias: diálogos entre sociedade, sujeito e linguagem” busca refletir sobre as modalidades através das quais a noção de “propaganda” adquire relevância, sobretudo durante o início do século XX, nos

---

<sup>1</sup> Professora Titular do Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas e docente do PPGET da UFRGS. Este artigo é parte de um conjunto de pesquisas que tratam de relações entre discurso, poder e políticas superestruturais, desenvolvidas através do Projeto “História das Idéias”, com a participação de pesquisadores das Universidades Federais do Paraná (UFPR) e do Espírito Santo (UFES) sendo que o trabalho de Pesquisa desenvolvido pela Profa. Gesualda dos Santos Rasia(2018) foi publicado no nº 19 da Revista *Conexão Letras* e o estudo desenvolvido pelo Prof. Luciano Vidon (UFES) está sendo publicado neste fascículo.

EEUU e na Europa, no período entre as duas grandes guerras. As diferenças de “ênfase” dadas aos modos como os discursos da propaganda funcionam se dão em virtude de o termo ter sido implementado com fins específicos, na nação norte-americana, com vistas à profusão do consumo de massas e ao desenvolvimento de uma economia de mercado para fomentar as aspirações das classes em ascensão, enquanto no continente europeu a propaganda buscou inicialmente sustentar a eficácia da disseminação de ideias gestadas no campo político para fazer circular o trabalho de determinadas ideologias com vistas à garantia das relações de poder de Estado sobre as massas, o que tem se perpetuado, desde então, ao longo da história.

## A origem da propaganda nos Estados Unidos da América do Norte

O termo “Propaganda,” referido por Michel Pêcheux em “Foi Propaganda Mesmo que Você Disse?”<sup>2</sup>, visando a uma reflexão em torno da eficácia das ideologias de Estado no Oeste e Leste europeus, irá emergir nos EEUU com vistas a modular o comportamento das massas através do consumo de “commodities”.

É Edward Bernays<sup>3</sup>, sobrinho de Sigmund Freud, que, na qualidade de leitor da obra de Freud e seguidor de seus fundamentos, notadamente de “Psicologia das Massas e Análise do Eu” (2017)<sup>4</sup> que irá estudar as teorias psicanalíticas envolvendo as condições de fragilidade e de manipulação da psique humana, a fim de elaborar estratégias de formação de consumidores em massa entre o povo americano, vindo a contribuir com as metas econômicas para o desenvolvimento de uma nova sociedade capitalista a partir dos anos 1920. Trata-se, sobretudo, de um estudo em torno da *Völkerpsychologie* (psicologia do povo) voltado aos interesses dos detentores dos bens de produção, embora as razões pelas quais Freud produziu “Psicologia das Massas” não estariam diretamente relacionadas a questões de ordem econômica.

A construção de tais estratégias é obtida através da disseminação de práticas e de discursos capazes de sustentar os desejos de consumo, tanto das classes em ascensão como dos trabalhadores, e para tanto são colocados em destaque, nos discursos do cotidiano, da rádio, dos jornais e nos outdoors, apelos aos desejos dos consumidores, ao sentimento de falta, a relações de transferência, bem como ao desejo de identificação das classes trabalhadoras com valores próprios das classes dominantes, fortalecendo, assim, o crescimento de uma sociedade alicerçada em relações de consumo, e incentivando, ao mesmo tempo, os consumidores à competição e à sede de ascensão social e de poder.

Tais estímulos, portanto, é que iriam favorecer o incremento de circulação de toda ordem de “commodities”, desde as mais acessíveis tais como bebidas, cigarros, cosméticos, apare-

---

2 Para fins de realização deste estudo trabalhamos com a tradução de “Vous avez bien dit “propagande”?” realizada por Eni Orlandi e publicada em *Análise de Discurso*. Michel Pêcheux. Textos escolhidos por Eni P.Orlandi, 2011, p. 73-92.

3 Bernays, após ter emigrado para os EEUU passou a produzir estudos voltados para a análise da condição de fragilidade dos homens e para as consequências da aglutinação destes em movimentos de massa, com base em estudos freudianos. Uma de suas publicações mais notáveis foi “Propaganda”, republicada em 2005 pela Ig. Publishing.

4 Tradução brasileira de “*Massenpsychologie und Ich-Analyse*.. Este livro foi publicado pela primeira vez em 1921 em Leipzig, Viena e Zurich. A versão brasileira é de 2017 e foi traduzida por Renato Zwick.

lhos elétricos até as mais dispendiosas como os terrenos, imóveis, carros, estabelecimentos comerciais, etc., alavancando o crescimento de uma economia de mercado nos EEUU.

Neste percurso, a linguagem passa a ocupar um lugar central, e conforme propõe Volochinov (2017) acerca das condições de produção do discurso, é preciso observar que os modos de produção discursiva da sociedade, em cada época, refletem não somente suas relações de produção econômicas e sociais, mas também as formas por meio das quais ela simboliza seus valores através dos discursos que circulam entre as diferentes classes. Deste modo, ao identificar-se com uma determinada comunidade sócio-politicamente organizada, o falante orienta-se também para determinados valores que os signos assumem no contexto sócio-histórico em que se situa e se reconhece.

No caso da propaganda, poder-se-ia pensar que já, desde o início do desenvolvimento de uma sociedade industrial, nos EEUU, os interesses econômicos e pragmáticos acabaram por colocar em condições de hegemonia, na sociedade, determinadas formas de discurso mais “econômicas,” instantâneas e emocionais como a propaganda e o slogan, por exemplo.

Tratava-se, portanto, de construir, através da propaganda, os alicerces para sustentar uma sociedade liberal que se erguia através de um incessante estímulo aos instintos primários e aos desejos de consumo em massa, buscando seduzir todas as classes produtoras, através de fórmulas estudadas e de repetições capazes de cristalizar-se na memória dos consumidores como necessidades e como desejos insaciáveis.

Em nome de um “cosmopolitismo” liberal passa-se então a definir quanto valem os indivíduos pelos produtos que são estimulados a desejar, a consumir e a expor para os demais, oferecendo, portanto, eficácia às ideologias de proliferação de consumo e de circulação de *commodities* na sociedade americana.

## Para além de uma política de consumo massiva

Para além de uma política econômica, a “propaganda” esteve e tem estado, por outro lado, até os dias atuais a serviço de políticas de Estado. Tomada sob esta ótica, torna-se menos transparente, na medida em que suas materialidades deixam de ser simplesmente quantificáveis, e passam a encontrar lugares significativos no plano das ideias.

Sob a perspectiva histórica do Leste Europeu, a prática da “propaganda” foi desenvolvida na Rússia, primeiramente por Plekhanov em 1892<sup>5</sup>, como uma estratégia retórica através da qual os revolucionários poderiam intervir em reuniões sindicais, assembleias comunitárias e reuniões do partido, servindo-se, para tanto, de evidências e de argumentos elaborados de acordo com o perfil dos interlocutores.

Após a Revolução de 1917, conforme a referência feita por Pêcheux à OSVAG (2011:75), foi instituído na URSS um Comitê de Propaganda e Agitação que seria responsável pela difusão de ideias estatais do regime soviético.

Vladimir Lênin, em uma de suas obras mais famosas, intitulada “Que Fazer?”<sup>6</sup> irá descrever duas funções de grande importância a fim de garantir um novo cenário para seu regi-

5 Georgi Plekhanov foi um intelectual, líder do movimento *Terra e Liberdade*, tendo dedicado-se à organização deste movimento, sendo também um dos precursores do pensamento materialista e dialético.

6 O texto “O Que Fazer? Problemas Candentes No Nosso Momento”, trad. Brasileira publicada no vol I. de “Obras Escolhidas: V. Lenine pela Editora Alfa-Omega (1986) foi escrito em 1901, antes da Revolução, visando a refletir sobre as tarefas de organização dos partidos sociais-democratas, dos proletários e sobre os problemas do economicismo e suas consequências sociais e políticas.

me de governo: a) o propagandista, que teria como principal papel o de apresentar, para os ouvintes, inúmeras idéias, de modo simultâneo, com vistas a tornar complexa a assimilação das mesmas; b) o agitador, não menos importante do que o propagandista, cuja função consistiria em explicar para os ouvintes a complexidade das ideias expostas pelo propagandista, apontando suas contradições. Deste modo, a audiência seria influenciada pelos “desdobramentos” lógicos e retóricos propostos pelo agitador acerca das idéias do propagandista.

Pode-se dizer, por outro lado, que tomado mais diretamente de suas origens, no contexto russo-soviético, o termo “propaganda” remonta aos domínios de trabalho das ideias e de suas forças na construção de determinados efeitos imaginários que concorrem para “edificar” quadros que espelham as formas de utilização de “meios” para obter a adesão do povo: operários, camponeses e trabalhadores em geral, a fim de persuadi-los e mantê-los sob a influência de determinados propósitos, valores ou princípios, intervindo, assim, sobre a realidade de um novo corpo social emergente após a Revolução.

É importante salientar também que todos os grandes regimes totalitários (quer de esquerda ou populistas ou de direita) serviram-se da “propaganda” de Estado para influenciar e submeter as massas, sobretudo para subjugar-las, buscando, através dela (a propaganda), neutralizar e eliminar as forças opositoras.

O alcance da questão, que precisa ser retomado pelo viés da memória, embora muitas vezes colocado de lado, já teria sido um importante objeto de estudos desenvolvido por Serguei Tchakotin<sup>7</sup>, conforme analisa Pêcheux. Tchakotin, após presidir o Comitê de Propaganda soviético (OSVAG) irá deslocar-se, durante os anos 1930, para a Alemanha, a fim de trabalhar junto ao Partido Social Democrata alemão contra a emergência do nacional-socialismo na Europa.

E é nos domínios da psicologia, aliada a questões de prática política que Tchakotin encontra argumentos para alertar os estadistas, cientistas, intelectuais, psicólogos e a população em geral sobre a ascensão de regimes totalitários, desde o início do século XX, no continente europeu, sobretudo do Nacional-socialismo.

Citamos a seguir uma das advertências feitas por Tchakotin, retirada por Pêcheux de sua obra “A Violação das Multidões Pela Propaganda Política” (1952) em que ele discute, não exatamente sobre a coerção física, mas sobre as formas de violência simbólica empregadas pelos governantes contra as massas.

... há homens que perceberam a possibilidade, no estado em que se encontra ainda a maior parte de seus contemporâneos, de fazer deles marionetes, de fazê-los servir a seus fins – isto não quer dizer de nenhuma forma que esses fins são sempre fins materiais, lucro – em suma de violá-los psiquicamente. Tchakotin apud Pecheux, 2011, p. 77

7 Serguei Stepanowitsch Tchakotin, biólogo, sociólogo e ativista russo, nascido em Constantinopla, era, antes da revolução de 1917, um assessor do Comitê militar e anti-marxista e, após a Revolução, passa a contribuir com o Comitê de Propaganda soviético. Suas contribuições para a compreensão da natureza da fragilidade humana encontram fundamentos em estudos desenvolvidos nos domínios da Psicologia Social e da Psicanálise através da obra “A violação das Massas pela Propaganda Política”, publicada pela primeira vez em julho de 1939 na França, antes da guerra. Várias passagens críticas aos regimes de Hitler e de Mussolini foram suprimidas da obra na primeira edição. Tchakotin recorreu à justiça francesa e as mesmas foram recolocadas, no entanto a polícia francesa havia sido instruída a confiscar os livros nas livrarias, os quais mais tarde, com a ocupação nazista, foram destruídos e desapareceram. Para fins de realização deste estudo trabalhamos com uma tradução brasileira do original em francês intitulado “Le Viol des Foules Par La Propagande Politique” editado em 1939 e reeditado em 1992 pela Editora Gallimard..

A passagem acima remete para uma questão fundamental: a constatação de Tchakotin sobre questões que traduzem a natureza de determinados homens e que vêm ao encontro de nossas reflexões por constituir-se em objeto de controvérsias entre os domínios da Filosofia e da Psicologia, se analisadas por um viés histórico. Desde a Grécia antiga, com Platão e Aristóteles o atributo com o qual a Filosofia que tem caracterizado a condição humana, por oposição a do animal é o de ser racional. Esta questão merece ser colocada em dúvida.

As lições que a História tem nos oferecido, de formas distintas, têm demonstrado que tal atributo, via de regra, somente se sustenta se examinarmos as ações humanas a partir das condições concretas em que os homens agem e produzem em sociedade; e se observadas de forma apartada de relações entre o inteligível e a práxis, entre a essência e a aparência e, em última instância, entre a ética e a prática, as ações humanas, seus meios e fins, tornam-se opacos, ininteligíveis. E a racionalidade perde seu espaço.

Neste estudo, é, sobretudo, a violência de ordem simbólica que buscamos caracterizar, com o objetivo de demonstrar que é ela que nos permite questionar até que ponto o atributo da racionalidade é próprio do homem e a que fins pode servir. E o faremos, reportando-nos a práticas políticas de regimes totalitários fascistas, nazistas, ultra-nacionalistas; isto é, buscando refletir sobre como os déspotas constroem discursos falaciosos, míticos e de ódio, visando tanto à manipulação psíquica das massas como a insuflar e desencadear a prática da violência entre elas.

Cabe também, aqui, rememorar as contribuições dos estudos de Serguei Tchakotin à compreensão das formas de crescimento, de desenvolvimento de comportamentos gestados em movimentos ultra-nacionalistas, bem como para o tratamento da noção de violência simbólica, em virtude de suas leituras em torno do funcionamento da violência psíquica, que aparecem durante o ano 1939, quando este estuda as pulsões humanas em diferentes obras, confrontando autores como Pavlov (1932), Le Bon (1895) e Sigmund Freud (2017), com vistas a refletir em torno do funcionamento da violência psíquica sobre a condição humana. Esta última noção será apresentada mais tarde com maestria inigualável nas obras de Pierre Bourdieu.<sup>8</sup>

É preciso lembrar, por outro lado, que em se tratando de práticas políticas fascistas e nazistas, quer no Leste ou no Oeste europeus, a violência simbólica não andou descolada da violência física. Por tais razões, conforme expõe Tchakotin (apud. Pêcheux, 2011:77), não é incomum que a violência torne-se objeto de atos coletivos

sem que nada se oponha a ela, sem que estes que deviam velar para impedi-la, percebam o perigo, ou então, se eles o percebem, enlouquecem, não sabem a que se apegar, que medidas tomar, como segurar a onda que se levanta.

É necessário, portanto, dar espaço a um estudo sobre tais questões, desde as mais visíveis às menos visíveis, como a violência simbólica, pois é, sem dúvida, com a força da violência, materializada sob diferentes formas, que se pode anular o Estado de direito, e implantar os Estados totalitários.

---

<sup>8</sup> Fazemos referência, notadamente, a “O Poder Simbólico” (2002) em que Pierre Bourdieu reflete em torno das condições em que são exercidas as formas mais invisíveis de poder.

Na Alemanha de dominação nazista, a linguagem a serviço da propaganda<sup>9</sup> é que iria construir efeitos de manipulação e de refração da própria realidade de extermínio de todas as minorias que seriam dizimadas: judeus, negros, ciganos, homossexuais, imigrantes, estrangeiros, deficientes físicos... E se o homem, para além dos animais, pode tornar-se uma presa eleita pelos déspotas, conforme propõe Tchakotin, isto deve-se não simplesmente a sinais que se repetem no sistema neurológico, como bem demonstrou Pavlov sobre o que ocorre com os animais, mas à linguagem, por meio de complexos verbais que, aliados a outros sinais não-verbais, serão capazes de submetê-lo à tirania. Os torneios sintáticos breves, as repetições, as rimas e os slogans seriam os complexos verbais preferidos pelos nazistas e fascistas, uma vez que não exigiam das massas esforços à “compreensão”.

Em um capítulo sobre “propaganda” em “Mein Kampf”, o “führer” nazista escreve:

Toda propaganda deve ser popular e deve adaptar seu nível intelectual à capacidade receptiva do menos intelectual daqueles a quem deseja abordar... A capacidade receptiva das massas é muito limitada, e sua compreensão é pequena; por outro lado, elas têm um grande poder de esquecer. Sendo assim, toda propaganda eficaz deve limitar-se a pouquíssimos pontos que devem ser destacados na forma de slogans. (1933:76-77)

Conforme pode-se observar, através dos ensinamentos do “führer” não seria casual a escolha de slogans para submeter as massas à eficácia de determinadas idéias. Considerando que as multidões não possuem nada melhor do que a capacidade repetitiva e uma memória curta, as repetições sob a forma de torneios breves seriam as modalidades mais eficazes para seduzi-las e convertê-las em “rebanhos que se manobram”.

Um dos slogans preferidos de Hitler a fim de seduzir o povo alemão era “Deutschland über alles<sup>10</sup>” E se nos posicionarmos na atualidade, resguardados as diferenças de momentos históricos e de regimes políticos, “*America First*” seria de algum modo um slogan que produz uma ressonância discursiva de “Deutschland über alles”.

Em um discurso no Congresso Fascista, durante o ano de 1922, em Nápoles, Benito Mussolini, com vistas a definir a nação italiana traz à baila a importância do discurso mítico a fim de colocar em pauta sua concepção de nação:

Nós criamos o nosso mito. O mito é uma fé, uma paixão. Não é necessário que ele seja realidade. Nosso mito é a nação, nosso mito é a grandeza da nação! E a esse mito, a essa grandeza, que queremos transformar numa realidade total, subordinamos tudo!<sup>11</sup>

Conforme pode-se observar, a força das idéias, materializada na construção de uma concepção de nação, como a que está posta acima, comparece, neste discurso, através do desmembramento do item lexical Estado- nação e a sua substituição simplesmente pelo sintagma nação. Assim, se em um regime como o fascista italiano o Estado é inimigo da

9 As diferentes modalidades de uso da “propaganda” de Estado foram estudadas, sobretudo, por Victor Klemperer (2009), que busca caracterizar através de “diários” ocultos como a “linguagem do Terceiro Reich”, iria funcionar para produzir engodos coletivos entre o povo alemão.

10 “A Alemanha acima de tudo ou todos” A expressão “alles” ao adquirir mais de uma significação: a) A Alemanha acima de tudo”; b) A Alemanha acima de todos” remete para efeitos de sentidos distintos. Em a) reverbera a força do nacionalismo; em b) o slogan funciona como um espécie de antídoto à corrupção e aos privilégios e ao mesmo tempo coloca o Estado acima dos cidadãos, configurando o poder de um Estado totalitário..

11 In: STANLEY, Jason (2019:21). Como funciona o fascismo. A Política do “Nós” e “Eles”.

democracia, é preciso substituí-lo por um imaginário abstrato como o de nação, que é capaz de arrebatá-la paixão das massas e torná-las prisioneiras de sua própria credulidade, de seus anseios e de seus ideais românticos, levando-as a crer que não o Estado, mas a nação estaria acima da sociedade.

O editor do proeminente jornal nazista, *Volkischer Beobachter*, Alfred Rosenberg, que de forma semelhante a Joseph Goebbels era responsável pela difusão de saberes nazistas, que constituíram a base da “propaganda” de Estado, afirma também sobre a relação entre o povo alemão e a pátria em 1924:

A compreensão e o respeito por nosso próprio passado mitológico e nossa própria história serão a primeira condição para ancorar mais firmemente a próxima geração no solo da pátria original da Europa.<sup>12</sup>

Conforme se pode observar acima, Rosenberg também refrata em sua declaração a noção de Estado, como agente político que tem compromissos para com o povo, do mesmo modo que Mussolini, mas substituindo o item lexical Estado por pátria. Deste modo, constrói um imaginário mítico, para o povo alemão, de que a pátria original da Europa seria a Alemanha, de tal modo que todos teriam de se espelhar em seu modelo e os que não fossem “filhos da pátria” não teriam história, e, portanto, também não teriam direito à cidadania alemã.

Assim, em nome da eficácia da propaganda, das formas de circulação e de difusão de “ideias de pátria” é que tornou-se possível construir, na Alemanha, uma nação xenofóbica, que poderia pagar menores salários aos imigrantes, explorá-los, expulsar os estrangeiros e dizimar todos as etnias consideradas inferiores pelos dirigentes da nação ariana<sup>13</sup>.

Relacionando, deste modo, o processo de luta, de resistência da condição humana à pulsão freudiana – de vida e de luta– Pêcheux irá aproximar-se tanto do texto de Tchakotin como da obra de Freud e, notadamente, de “Psicologia das Massas e Análise do Eu” (2017), a fim de refletir sobre a condição de “contágio” dos indivíduos inseridos nas massas.

Para Tchakotin, independente das consequências de seus atos, da própria razão, as massas, quando lideradas por déspotas, identificadas a estes, entregam-se às suas paixões e instintos, formando coletivos anestesiados que dependem dos estímulos recebidos de seus líderes, transformando-se, assim, facilmente em “instrumentos que servem à manipulação.”

A principal meta de Tchakotin em face do cenário macabro que dominou toda a Europa na primeira metade do século XX consistia em denunciar o conjunto de “idéias cada vez mais poderosas”(id,p.11) que proclamavam falácias entre as multidões, sobretudo entre o povo alemão. Em sua obra “A Violação das Massas Pela Propaganda Política” (1952) Tchakotin observa acerca do führer:

12 ROSENBERG, Alfred. The Folkish Idea of State. In: LANE, Barbara, RUPP, Leila J. Nazi ideology before 1933: a documentation. (1978: p.60-74)

13 É importante dar destaque ao fato de que a política nacional-socialista tomou como base, para configurar um imaginário de Estado-Nação alemão as ideias de raça pura e de língua pura, instituindo entre o povo mitos que passam a funcionar como verdades e, portanto, a dar sustentação à exploração e ao extermínio tanto de outras raças como de falantes de línguas não-arianas.

É verdade que a arma empregada por Hitler tanto na sua luta pelo poder na Alemanha como pela hegemonia na Europa, e hoje retomada por seus sucessores... não era, de forma alguma, o produto de refletidas meditações e de um conhecimento científico das bases biológicas das atividades humanas; longe disso, esse pintor de paredes não estava preocupado com estudos de Sociologia, de Economia Política, de Direito... tinha ele apenas um bom senso bem primitivo e sem escrúpulo. Está aí o segredo de seu sucesso contra todos os homens de Estado diplomados de seu próprio país e de toda a Europa.” (ibid, p. 14)

E conforme comenta Tchakotin a respeito da legitimidade dos líderes de regimes ditatoriais:

Para legitimar suas conquistas, os ditadores sustentaram, seguidamente, que elas eram efetuadas, quase sempre, pacificamente, ou, pelo menos, sem emprego de violência física. Isso não é verdade, senão na aparência: a ausência da guerra não impede o emprego de uma violência não menos real, é a violência psíquica.

A fim de melhor ilustrar a simbiose entre a violência psíquica e a prática de disseminação de ódio entre as multidões, voltaremos a uma passagem da Introdução do livro “A Violação das Massas Pela Propaganda Política<sup>14</sup>”, em que Serguei Tchakotin faz referências e comentários sobre a relação entre os discursos e práticas de Benito Mussolini.

### *O Fascismo*

**“O punhal – eis o nosso melhor amigo<sup>15</sup>”,**  
*declarava cinicamente Mussolini; uma carabina sobre um livro foi o símbolo que ele ofereceu à juventude universitária italiana.*

*“Que preferis, manteiga ou canhões?”, perguntava a uma multidão eletrizada, em delírio, que respondia, bestificada, – “Canhões!”*  
*“A paz”, “da paz”, “pela paz”... era o refrão que se oferecia como desculpa a essas palavras dos ditadores, em todas as oportunidades, em todas as situações, no campo adverso, nas democracias européias. (Tchakothin, 1952)*

Perguntamos por que uma carabina sobre um livro? Qual o imaginário que esta construção simbólica institui para os intelectuais e para o povo italiano?

Partindo do princípio de que os acontecimentos vividos são fatores condicionantes à determinação dos valores que os significantes assumem, determinando, em última instância os sentidos conferidos às palavras, torna-se menos difícil compreender as condições através das quais os intelectuais italianos foram interpelados por Mussolini a associar a literatura à prática da violência.

---

14 A tradução brasileira leva o “interessante” título de “A Mistificação das Massas Pela Propaganda Política” e foi editada em 1967. Há, no entanto, uma tradução não oficial elaborada por Miguel Arraes cujo título é “A Violação das Massas Pela Propaganda Política.”

15 Os grifos são nossos.

Conforme nos mostra Tchakotin, é através desta passagem em que um livro passa a adquirir mais valor por ser suporte de uma carabina do que por ser objeto de ensinamentos, de reflexões, que Mussolini interpela os estudantes e os intelectuais em geral a identificarem a cultura com a violência. Do mesmo modo, se os canhões são preferidos aos alimentos pelas multidões tomadas pela violência é porque, segundo Tchakotin, é o desejo de irracionalidade, o sentimento de poder ancorado na violência, o qual sustenta as práticas e os discursos de Mussolini, que irá servir de modelo para determinar o “modus operandi” do corpo social.

Mas um dos aspectos de maior relevância desenvolvido neste estudo realizado por Pêcheux em torno das ideias de Tchakotin consiste no fato de que o primeiro irá retomar uma questão de capital interesse e que se constitui, ao mesmo tempo, em uma crítica a leituras marxistas da II Internacional: trata-se de reconhecer que a fragilidade da condição humana não poderia ser explicada somente por questões de “sobrevivência material,”<sup>16</sup> tais como necessidade de alimentação, moradia, vestuário, reprodução, etc. Seria necessário refletir sobre a pulsão de vida e suas consequências à caracterização dos processos de manipulação.

Concordando com Freud de que o contágio seria “um fenômeno fácil de constatar mas inexplicável” (id, 2017, p.45) sob o ponto de vista lógico, já que nas multidões os sujeitos podem “perder-se de si mesmos,” privar-se de suas crenças e interesses pessoais em favor do coletivo, em favor das causas em que acreditam, ou em benefício dos líderes. Pêcheux irá, de forma singular, sinalizar para algumas das condições de fragilidade humana que teriam sido negligenciadas no desenvolvimento de estudos materialistas: as paixões humanas, a violência estruturada na base do desejo.

Quando reunidos em grandes massas os indivíduos passam a sentir, pensar e agir de forma “orquestrada”, ligando-se entre si a partir da influência de líderes, tornando-se dependentes de um sentimento de contágio que pode despertar neles desejos inconscientes, ímpetos irracionais, de entrega aos instintos mais primitivos e “sentimentos comuns” em relação a um líder. Tais ímpetos e ações poderiam ser metaforizados sob a modalidade de um “culto à personalidade,” “a cegueira diante do líder”. E a história comparece para comprovar esta hipótese. Os modelos de líderes europeus fascistas, nazistas têm se multiplicado ao longo da história e ao longo da <sup>17</sup>primeira metade do século XX, vindo a ilustrar esta constatação: Hitler, Mussolini, Stalin, Marechal Pétain<sup>18</sup>, Franco, Salazar....

As performances destes líderes, aliadas a cenas simbólicas que preenchem os espaços de interpelação produzidos pelos discursos constituem-se em símbolos-chave capazes de alimentar os desejos de poder das multidões: as paradas militares ornamentadas pela cruz suástica nos uniformes dos soldados alemães, o tributo às olimpíadas, colocando em cena a soberania da força física em detrimento do intelecto, as “arengas” proferidas por Mussolini

16 Estas considerações remetem diretamente ao pensamento marxista que, ao refletir sobre as condições de subsistência e a força de trabalho operária, coloca as condições necessárias à sobrevivência do proletariado, considerando que toda produção é determinada tanto material como socialmente.

17 É importante lembrar que a primeira metade do século XX constituiu-se em um dos períodos mais terríveis da história da modernidade, não somente por ter sido o palco de duas grandes guerras, mas sobretudo pela efervescência de ideologias ( nazistas, fascistas, imperialistas) que promoveram a derrocada de princípios do Estado-Nação, enquanto Estado de Direito, sustentando a ascensão de práticas políticas que governaram, conforme analisa Arend em “Origens do Totalitarismo” (2006), utilizando as instituições estatais como instrumentos para o enriquecimento ilícito e para legitimar a violência por meio da naturalização de abusos contra os direitos humanos, e pela institucionalização do medo e do terror entre os povos.

18 Reportamo-nos à figura do Marechal Pétain como um dos mais significativos líderes do Massacre de Vichy, na França.

de patamares elevados, por Stalin com brindes ao povo russo pela bravura, após a morte de milhares de russos durante a segunda guerra mundial, enfim, a “propaganda” penetrando no âmago de toda a sociedade, de todos e produzindo efeitos semelhantes ao de um “nocaute”.

É precisamente a partir da observação das condições de entrega dos indivíduos aos seus desejos, cultuados na personalidade do líder despótico e que não se deixa frear por quaisquer tipos de escrúpulos, que se desencadeiam as diferentes formas de incitação à violência, ao ódio, aos confrontos físicos e, em, conseqüência, à eficácia de políticas totalitárias que se alimentam da violação das massas para aniquilar o estado democrático.

Deste modo, a “propaganda” de Estado atuaria, conforme Pêcheux, como um apelo a uma pulsão que não poderia ter sido relegada a segundo plano pelos materialistas e mesmo por Marx: a pulsão de vida, capaz de alimentar a sedução, o desejo das massas e, ao mesmo tempo, a ascensão e a longa hegemonia de líderes que trabalharam e têm trabalhado, ao longo da história, pela destruição do Estado de direito.

### Considerações finais

Este estudo tomou como ponto de partida o texto de Michel Pêcheux “Foi “Propaganda” Mesmo Que Você Disse?” em que o autor busca retomar, sob um viés histórico, as origens da propaganda dentro da esfera política, dando destaque aos estudos desenvolvidos por Serguei Tchakotin, sobretudo na França.

Com base em uma análise preliminar das questões apontadas por Michel Pêcheux, buscamos também remontar às origens da propaganda, a partir de um contraponto entre a sua emergência no contexto norte-americano e os fins para os quais serviu, bem como ao seu funcionamento no Leste e no Oeste europeus a serviço de questões notadamente de ordem política.

O percurso que realizamos nos conduziu, por outro lado, a uma leitura da obra de Serguei Tchakotin, a partir da qual foi possível concluir que o modo como este autor trata da questão da violência, sobretudo a psíquica, irá influenciar estudos mais tardios sobre a questão, sobretudo os desenvolvidos por Pierre Bourdieu em torno da violência simbólica, bem como as reflexões desenvolvidas por Louis Althusser (1999) sobre a reprodução das relações de produção no interior dos aparelhos institucionais. Tais questões, abordadas na obra de Tchakotin, encontram fundamentos epistemológicos em estudos dos campos da Psicologia e da Psicanálise, desenvolvidos por Pavlov – a questão da violência material concreta – e por Freud – na questão da vulnerabilidade humana e suas conseqüências psíquicas.

É com base em tais leituras, segundo nossa ótica, que se pode melhor compreender as formas de dominância de políticas econômicas de consumo tão bem sucedidas no continente americano e as formas de ingerência e de manutenção do poder por regimes totalitários sobre as massas tanto no Leste como no Oeste europeus.

Este estudo também nos levou, ao mesmo tempo, a questionar o funcionamento do “culto à personalidade” nos regimes totalitários, considerando, sobretudo, as reflexões desenvolvidas por Freud na obra “Psicologia das Massas e Análise do Eu” a partir da qual pode-se compreender a fragilidade e a “ambivalência” dos coletivos em relação à hegemonia de modelos de práticas políticas que buscaram e têm ainda buscado perpetuar-se, ao longo da história, aniquilando o Estado democrático de direito, materializado através das Constituições, elevando, assim, o “culto à personalidade” acima dos interesses comuns e coletivos, acima dos direitos e deveres promulgados pelas Constituições e que tornaram-se apenas documentos decorativos e inúteis nos regimes totalitários.

## Referências

- ARENDDT, Hannah. *Origens do totalitarismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. Tradução de Roberto Raposo.
- BERNAYS, Edward. *Propaganda*. Singapore/ New York: Ig. Publishing, 2005.
- ALTHUSSER, Louis. *Sobre a reprodução*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2002. Tradução de Fernando Thomaz.
- CHAKHOTIN, Sergei. Rape of the masses: the psychology of totalitarian political propaganda. In: *Studies in philosophy*, nº 40, Colorado, Haskell House Pub. Ltd, 1971.
- FREUD, Sigmund. *Psicologia das massas e análise do eu*. Porto Alegre: Ed. L& PM, 2017. Tradução de Renato Zwick.
- HITLER, Adolf. *Mein Kampf*. Cambridge, The Riverside Cambridge, 1933, p.76-77
- KLEMPERER, Victor. *A linguagem do terceiro reich*. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 2009.
- LE BON, G. *Psychologie des foules*. Paris : 1895.
- LÊNIN, Vladimir I. O que fazer? Problemas candentes no momento. In: *Obras escolhidas*. São Paulo: Ed. Alfa Ômega, 1986, p.79-214
- MUSSOLINI, Benito. *La doutrina del fascismo*. Firenze: Vallecchi Editore, 1935
- PAVLOV, I.P. *Les réflexes conditionnels*. Paris : Felix Alcan, 1932.
- PÊCHEUX, Michel. Foi “propaganda” mesmo que você disse? In: *Análise de discurso. Textos escolhidos por Eni Puccinelli Orlandi*. Campinas: Ed. Pontes, 2011, p.73-92
- PLEKHANOV, Giorgui V. *Questões fundamentais do marxismo*. Rio de Janeiro: Editorial Vitória, 1956.
- RASIA, Gesualda dos Santos. A divisão política da língua: um olhar a partir de narrativas filmicas. *Revista Conexão Letras*. ZANDWAIS, A.; RASIA, G.; TUTIKIAN, J. (orgs.) Porto Alegre: PPGLET-UFRGS, nº 19, 2018, p.9-22.
- ROSENBERG, Alfred. *The folkish Idea of state. Nazi ideology before 1933: a documentation*. Austin: Austin University of Texas Press, 1978, p.60-74.
- STANLEY, Jason. *Como funciona o fascismo. A política do “nós” e do “eles”*. Porto Alegre: Ed. L&PM, 2019. Tradução de Bruno Alexandre.
- TCHAKOTINE, Serge. *Le viol des foules par la propagande politique*. Paris: Ed. Gallimard, 1992.
- \_\_\_\_\_, Serguei. *A mistificação das massas pela propaganda política*. São Paulo: Ed. Civilização Brasileira, 1967.
- VOLOCHINOV, Valentin. *Marxismo e filosofia da linguagem. Problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. São Paulo: Ed. 34, 2017 Tradução de Sheila Grillo e Ekaterina Volkova Américo.
- ZANDWAIS, Ana. Práticas políticas nacionalistas e funcionamento discursivo: totalitarismo, fascismo e nazismo. In: *Leituras do político*. ZANDWAIS, A.; ROMÃO, L., Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2011, p. 127-142.

Recebido em: 25/06/2019; Aceito em: 10/07/2019