

# INFORMAÇÃO É PROPAGANDA

JACQUES A. WAINBERG

"Colocando em termos bem simples, na era tecnológica letal, leva-se menos tempo para se matar uma pessoa do que para mudar a cabeça de alguém, ou a tua."

(Richard Barnett, *The Game of Nations*, *Harpers's Magazine*, Nov., 1971, p.56)

As fronteiras não são mais respeitadas. Os vizinhos de um novaiorquino, por exemplo, vindos de todos os lados e de múltiplos *backgrounds*, são menos e menos homogêneos. Em países multiculturais e multiétnicos, os nativos tendem a ser cercados por pessoas cujas línguas, valores, hábitos e costumes são diferentes. Num cenário de migrações e imigrações intensas, mais e mais esta é a realidade das nações do mundo.

A dúvida que emerge desta nova sociosfera é a maneira pela qual os seres humanos estão avaliando a nova experiência de estarem expostos intensivamente a ambientes tão cosmopolitas nas redondezas mesmas de suas casas, nas praças e jardins de seus bairros, e nas escolas de seus filhos. É, afinal, esse fenômeno um sonho ou um pesadelo? Estamos nos tomando comunidades de pessoas disponíveis à interação ou, ao contrário, pretendemos rejeitar a diferença, escolhendo a vida em guetos?

Estudos de comunicação intercultural têm mostrado que "toda nova redução na distância física tem nos tornado mais dolorosamente conscientes da distância psicológica que divide as pessoas e tem aumentado o alarme sobre as diferenças reais ou imaginárias." (Barlanlund, 1975) Tal constatação nos leva à conclusão de que os indivíduos tendem a rejeitar os encontros face-a-face com culturas estranhas, ou estrangeiras. Em outras palavras, o que os atrai é a similitude. Aparentemente, é mais fácil estabelecer um relaciona-

R.FAMECOS	PORTO ALEGRE	N.1	p. 27-34	SETEMBRO1994	SEMESTRAL
-----------	--------------	-----	----------	--------------	-----------

REVISTA FAMECOS

mento, quando se pode partilhar crenças com alguém.

Por isso Richard Barnet (op. cit) é tão pessimista. De acordo com sua posição, propaganda e guerra psicológica são menos eficientes do que a batalha armada na superação das posições do inimigo. É mais fácil matar um homem do que destruir seus sonhos, suas imagens do mundo, seus desejos e esperanças. Confronto - e não o encontro - entre culturas estranhas definem os termos nos quais muitos de nós entendem comunicação internacional.

### Guerra psicológica

Somos diferentes, porque nossas culturas criam e preservam sistemas de símbolos, e estes símbolos permitem-nos desenvolver e trocar significados sobre conceitos complexos como a vida, a justiça, a liberdade, o desenvolvimento, etc.. Propagandistas aceitaram esta idéia de que as nações lutam em torno de símbolos, partilhados que são por membros de diferentes grupos. "Propaganda tem somente um objetivo - conquistar as massas", disse Paul Joseph Goebbels (Gordon, George, 1963:1). Pelo menos nesse sentido todas as grandes potências em luta na Segunda Guerra Mundial pareciam concordar com o ministro de Informação de Hitler.

Estes fatos permitem-nos avaliar a guerra psicológica, travada entre Aliados e nazifacistas, assim como compreender a extraordinária dimensão que tomou a esforço de conquistar a moral e adesão dos civis nos frentes internos de praticamente todos os países do globo a partir desta época, em tempos de paz e de guerra.

Exemplos desta atividade são os dilemas e as trajetórias da Voz da América e da BBC que começaram a contra-atacar a propaganda nazista, falando em alemão para a Alemanha.

Posteriormente, na década de 50, a Guerra Fria ajudou ambas as rádios internacionais a permanecerem no ar. A discórdia entre os mundos capitalista e comunista que se miravam através dos filtros culturais e ideológicos estimulou este embate de palavras da qual participaram ambas as emissoras.

O Manual de Redação e Edição da Voz da América (VOA) de 13 de fevereiro de 1953, por exemplo, deixa poucas dúvidas sobre o papel da emissora neste contexto: "Não estamos neste negócio para distrair, entreter ou simplesmente informar nossos ouvintes. Nem porque as notícias são um fim em si próprio. Os Estados Unidos estão no meio de uma séria batalha pela mente da humanidade, e o

único propósito do seu Departamento de Notícias - assim como a da Voz da América em sua totalidade - é contribuir no sentido de vencer esta batalha. Então, somos uma agência de propaganda, no melhor sentido da palavra, e um instrumento da política externa norte-americana."

Esta é exatamente a razão porque os países em desenvolvimento têm reagido tão fortemente, nos últimos anos, contra o colonialismo cultural dos países desenvolvidos do norte. As nações dependentes experimentaram no passado a linguagem das armas. Elas estão agora entendendo quão grande é o efeito da linguagem falada e audiovisual como instrumento das políticas externas. Colonialismo, agora, é eletrônico, dizem as nações em desenvolvimento. A luta que se trava no mundo é hoje contra seus símbolos, seus modos de vida, suas culturas. As novas armas destes exércitos ameaçadores são satélites, agências de notícias, a radiofonia internacional, o cinema, e o massivo uso das novas tecnologias de comunicação.

A Nova Ordem Internacional da Comunicação procura (ou procurou, se quiserem), ao contrário, um equilíbrio mais justo no fluxo e no conteúdo da informação entre os mundos desenvolvido e em desenvolvimento, incentivou políticas domésticas de comunicação, e reivindicou "um fluxo de duas vias refletindo mais adequadamente as aspirações e as atividades dos países em desenvolvimento." (McPhail, Thomas L., 1987:12)

Vale a pena lembrar que a BBC começou a transmitir internacionalmente em dezembro de 1932, como um serviço da *mãe colonial* a expatriados britânicos em todo o Império. Então, como na Segunda Guerra Mundial; ou depois, na Guerra Fria; ou agora, outra e outra vez, a visão do propagandista é lembrada. Sir Walter Citrine, conhecida figura do mundo empresarial britânico do período da Segunda Guerra, escreveu que "a BBC tem a missão de dizer ao mundo em nome de que país luta." Ele queria mais do que simples discursos sobre laços de amizade com outras nações. Ele sonhava com "uma tentativa positiva de projetar as políticas nacionais e internacionais da Inglaterra." (Hale, Julian, 1975:49)

Isso é mais ou menos o que Philip Nicolaides, antigo diretor de Comentário e Análise da VOA, disse alguns anos atrás durante um painel sobre o papel da rádio internacional norte-americana. "Se não estivéssemos envolvidos num longo conflito ou batalha, como o presidente Kennedy a chamou, com o Império Soviético, então,

talvez, nem precisássemos ou desejássemos a Voz da América. O livre fluxo através de canais normais entre países seria suficiente. Não haveria razão para o governo federal ser competitivo com jornais, magazines, agências internacionais, redes de televisão. A razão de ser para a VOA é que estamos numa guerra psicológica e, portanto, a VOA deve responder a ela." (The Media Institute, 1982)

Surge destas considerações a pergunta central desta reflexão: podem russos, americanos, brasileiros, ou quaisquer outros indivíduos acreditarem em comunicadores internacionais? São eles jornalistas ou propagandistas? Estão eles informando ou lutando uma guerra?

A resposta britânica para estas questões foi encontrada já no alvorecer de sua emissora. "A BBC deverá ser acreditada onde o governo pode não ser", disse Felix Greene, um dos seus primeiros representantes em Nova York. Depois da Segunda Guerra Mundial, a BBC tinha emergido com a reputação de dizer a verdade. A Carta da VOA, documento que orienta a atividade da emissora, acabaria mudando na direção de sua congênere britânica, apesar das pressões em contrário. Ela deveria ser, na nova era pós McCarthy, "uma fonte de notícia e credibilidade apresentando uma projeção balanceada e compreensiva do pensamento e das instituições americanas, assim como das políticas dos Estados Unidos e das discussões e opiniões responsáveis sobre estas políticas."

Os comunicadores da VOA estavam, agora, ressaltando outros valores: menos persuasão, mais reportagem; mais objetividade e menos seletividade; chamando atenção para o que é importante e não para o que é interessante; permitindo uma comunicação de duas vias em vez de uma mensagem unidirecional, como tipicamente ocorre com a propaganda. Anteriormente, o Manual de 1953 recomendava linha de atuação distinta, ou seja, estimular a confiança no governo e no povo dos Estados Unidos, a combater o neutralismo, a multiplicar e intensificar as barreiras psicológicas à agressão comunista, e prover o que era chamado "boa propaganda." Tais sugestões provinham de um ambiente contaminado pelo McCartismo, de acordo com Bernard Kemeriske, antigo chefe da Divisão Noticiosa da VOA. "Se um item noticioso não caía numa daquelas categorias ele deveria ser evitado. E o que estava sendo evitado era a voz da América."

Na verdade, notícias internacionais nada tem a ver com a propaganda, ao menos se levarmos em conta as definições usuais

no mundo ocidental. No entanto, de acordo com Vladimir Osipov, jornalista da ex-URSS, "você pode fazer as pessoas acreditarem num fato se você expressa aquele fato sem preconceito. E fatos podem ser selecionados de tal forma que eles próprios farão os ouvintes a chegarem a determinada conclusão." (Hale, Julian, 1975)

Para ele, objetividade é um instrumento com um propósito. Ele detecta uma sutil fórmula na qual os programas de notícias da BBC apresentam "60% de fatos pró-britânicos e 40% anti-britânicos." Jornalistas ocidentais reconhecem que o equilíbrio e a seleção são parte da mensagem e nesse sentido a notícia é propaganda. Harry Heintzen, dirigente da VOA, ao justificar a ação da emissora<sup>1</sup>, diz que todos somos prisioneiros de nossas culturas e o que os jornalistas podem fazer é tentarem ser honestos e apresentarem as notícias como elas são vistas desde Moscou, Washington ou qualquer outro lugar.

Esta é exatamente a exigência que os países ocidentais do primeiro mundo costumavam fazer, alguns anos atrás, durante os acirrados debates sobre a Nova Ordem Internacional da Informação aos Países em Desenvolvimento. Se estas nações decidirem em algum momento censurar, excluir ou limitar a cobertura estrangeira, menos informação sobre os Países em Desenvolvimento estará disponível no futuro.

Livre fluxo da informação foi a resposta dos países ocidentais àquelas demandas dos terceiro-mundistas. Nem as agências internacionais nem outros jornalistas ocidentais e suas instituições concordaram com as demandas do tipo de se limitar o acesso aos eventos estrangeiros, códigos internacionais, licenciamento de repórteres, e taxação do espectro eletromagnético. As novas tecnologias estão tomando possível, mais do que nunca, todos os tipos de notícias internacionais, incluindo notícias dos países em desenvolvimento.

No sul, ao contrário, os governos afirmam que esta invasão de informação procura atingir as mentes das pessoas; que é destinada a conquistar atitudes, elaborar desejos, estabelecer crenças, influir nos estilos de vida e de consumo. Nesse sentido, informação é propaganda. As notícias não estão destituídas de valor. Elas apóiam sistemas econômicos através de processos como os de "gate-keeping", que veta e autoriza a passagem de informação segundo critérios

---

1. Em palestra proferida em 1990 na Escola de Jornalismo e Comunicação de Massa da Universidade da Carolina do Sul.

muitas vezes discutíveis, e "agenda-setting", que é o poder da imprensa em estabelecer a pauta pública de debate e interesse, focando sua atenção sobre determinados tópicos, enquanto a desvia de uns tantos outros.

### Informação honesta

De acordo com Richard Crossman, um especialista britânico em propaganda, "em tempos de paz a função (da guerra psicológica) é extremamente limitada... É limitada à tarefa de construir credibilidade, estudar o inimigo, azeitar a máquina, de tal forma, quando o dia para uma propaganda mais positiva vier, ela poderá ser levada adiante imediatamente." (Hale, Julian, 1975:64). Muitos países em desenvolvimento concordaram, acrescentando que este é exatamente o que países desenvolvidos desejam, quando promovem a cobertura internacional de notícias. Eles diriam que isso é exatamente o que a BBC tem feito desde que começou a transmitir programas de guerra para a Alemanha.

De acordo com Sir Hugué Greene, antigo diretor geral da BBC, uma rádio internacional tem que "dizer a verdade dentro dos limites da informação a sua disposição e dizê-la de forma consistente e franca. Isso envolve numa determinação de nunca abafar um desastre... Então, nossa audiência na Alemanha e nas forças armadas alemãs, tendo nos ouvido falar francamente sobre nossas derrotas, acreditariam, quando falássemos de nossas vitórias, e o desejo de resistir numa situação sem esperança seria eficientemente minada." Nesse sentido, de acordo com a concepção dos Países em Desenvolvimento, informação torna-se um instrumento para os propagandistas.

Mas nesta batalha por imagens, os jornalistas ocidentais decidiram lutar a guerra com informação honesta. Há muitos casos que mostram quão independente a BBC deseja ser da interferência do governo. Durante a invasão britânica do Canal de Suez, por exemplo, a emissora transmitiu visões não-conservadoras contra a guerra.

Em 1967, muitas declarações foram feitas criticando os coronéis na Grécia por terem introduzido a ditadura naquele país, mesmo considerando que a Grécia era um país amigo e um aliado na OTAN. Quando a VOA transmite todos os tipos de notícias, incluindo as falhas dos Estados Unidos, está promovendo a

credibilidade e a imagem dos Estados Unidos como uma sociedade aberta e honesta.

O fato de que a informação tem um impacto naquelas imagens é algo que ninguém pode evitar. Ser honesto significa que não se pode evitar questões que podem perturbar interesses políticos de seu país nem acentuar a imagem positiva eliminando a negativa. O livre fluxo de informação coloca a comunicação internacional numa posição que seria bobagem e fútil esconder as más notícias, ou usar técnicas de propaganda como a mentira ou o terror.

O que a VOA descobriu na Segunda Guerra Mundial é que "a verdade vindo da sinceridade americana é, acima de tudo, o mais efetivo instrumento de propaganda." (Tyson, James L., 1983:5) Esta é a forma pela qual os jornalistas ocidentais parecem concordar em tomarem parte nesta batalha. É uma batalha por informação objetiva, isto é, recusando julgar entre o bem e o mal. Nesse sentido, como mencionado, informação é o tipo de propaganda que ninguém pode evitar. O mesmo pode ocorrer em nossa vizinhança quando encontramos um estrangeiro e sua cultura.

Os países em desenvolvimento estão sendo desafiados pela abertura do mundo através da tecnologia. Estas nações sentem que só se pode compartilhar algo, quando as partes estão em pé de igualdade, quando os *partners* na interação são iguais, o que não é, definitivamente, a situação entre os países desenvolvidos do norte e os subdesenvolvidos do sul. Informação pode ser uma ameaça, quando uma das partes, a mais débil, não dispõe dos mesmos meios para expressar-se. Em suma, credibilidade e honestidade são alcançadas através de um jornalismo objetivo. Propaganda é a expressão de mundos ou redondezas em conflito inevitável. Jornalismo e propaganda terão sempre vida conflituosa. O primeiro, por acreditar em comunicação internacional. O segundo, por acreditar em persuasão internacional.

Mas o que é informação para países do ocidente e/ou do norte pode ser propaganda para as nações do oriente e/ou do sul. Será muito difícil ter-se livre fluxo de informação em todas as direções entre diferentes mundos que partilham diferentes níveis de desenvolvimento e, por conseqüência, com percepções distintas do que é válido e aceitável. Quando tal ponto de equilíbrio for alcançado, as pessoas serão capazes de partilharem suas culturas, símbolos e desejos. Elas partilharão informação sem o medo do colonialismo eletrônico e sem sentirem temor de tomarem parte no embate

inevitável por corações e mentes causado pelo encontro.

### Bibliografia

BARLANLUND, Dean C. "Communication in a Global Village." In Samovar, Larry & Porter, Richard (eds). International Communication: a reader. Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, pp: 5-14, 1988.

GORDON, George, et al. The idea invaders. Communication Arts Books, Harting House Publishers, N.Y., 1963.

McPHAIL, Thomas L. Electronic Colonialism. Sage Publications, Beverly Hills, CA., 1987.

HALE, Julian. Radio power: propaganda and international broadcasting. Temple University Press. Philadelphia. 1975.

TYSON, James L. US international broadcasting and national security. Ramapo press-national strategy information center, Inc.

VOICE OF AMERICA AT THE CROSSROADS. A panel discussion on the appropriate role of the VOA. The Media Institute. Washington. 1982.

JACQUES A. WAINBERG

Professor da FAMECOS-PUCRS.