



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

**HADASSA ESTER DAVID**

**ETERNA LUTA PELA MENTE DOS HOMENS: PROPAGANDA IDEOLÓGICA E A  
PERSPECTIVA DE NOAM CHOMSKY**

**Brasília  
2019**



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

**HADASSA ESTER DAVID**

**ETERNA LUTA PELA MENTE DOS HOMENS: PROPAGANDA IDEOLÓGICA E A  
PERSPECTIVA DE NOAM CHOMSKY**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Pedro Russi.

**Brasília  
2019**

**HADASSA ESTER DAVID**

**ETERNA LUTA PELA MENTE DOS HOMENS: PROPAGANDA  
IDEOLÓGICA E A PERSPECTIVA DE NOAM CHOMSKY**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora.

Brasília, 27 de junho de 2019.

**BANCA EXAMINADORA**

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Daiani Barth – UNIR

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Dione Moura – UnB

Prof. Dr. João José Azevedo Curvello – UnB

Prof. Dr. Pedro Russi – UnB (orientador)

Prof.<sup>a</sup> Dra. Rafiza Varão – UnB (suplente)

## **MEUS AGRADECIMENTOS:**

### **À minha família**

Em especial, pai, por me apresentar o autor Chomsky a partir do momento que adquiriu e me concedeu os primeiros livros da coletânea;  
e irmã, companheira de todas as horas e escudeira fiel.

### **Aos professores, em especial**

Dione Moura, “minha anja”, pela parceria no estágio em docência, pela placidez, ternura e generosidade de sempre.

Paulo Serra, pelo acolhimento na temporada que passei na Universidade da Beira Interior (UBI), Portugal, e pela excelente colaboração no texto desenvolvido naquele período.

Luiz Martino, com a disciplina de Teorias da Comunicação, Tiago Quiroga pelos Seminários, Elen Geraldês por Metodologia de Pesquisa.

À comissão de banca, pela leitura cuidadosa e avaliação da tese.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES), pelo financiamento da pesquisa e por proporcionar o período de estágio no exterior.

### **Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGComFac/UnB)**

Orgulho de ser UnB.

### **Aos colegas que me apoiaram na trajetória, em especial**

Mauro, Daiani, Vinícius, Ana Cecília.

Djenane, pelos formidáveis favores prestados,

e Fernando, com destaque para a eficiência como provedor de conteúdo sobre Chomsky.

### **Aos melhores presentes da Fac/UnB**

Juliana e Cristiano, grata pela amizade e confiança.

### **Às minhas amigas**

Mia, pela hospitalidade incomparável e não só; Anielle, por tantos bate-papos e cafés; Paulinha, pela torcida e apoio de sempre.

### **Ao meu querido orientador**

Pedro Russi, pelos inestimáveis apoio e compreensão, e pela liberdade proporcionada graças a alguém que, assim como Chomsky, preza por uma “mente independente”. Levarei comigo sempre suas criativas e instigantes formas de pensar o mundo ao caminhar pelos espaços por vezes tão severos da academia. Seguimos pelas margens.

### **E por fim**

Ao professor Noam Chomsky, por suas valiosas contribuições acerca do fenômeno da propaganda, as quais foram de encontro a uma pesquisadora ávida por estudá-las. Esta tese não deixa de ser, de certa forma, uma homenagem ao seu ativismo vigoroso e incansável, uma permanente inspiração de luta por um mundo mais livre, justo, tolerante e democrático.



Foto: Júlia Rodrigues, 2017.

*“If we choose, we can live in a world of  
comforting illusion. ”*

*(Noam Chomsky)*

## **ETERNA LUTA PELA MENTE DOS HOMENS: Propaganda Ideológica e a Perspectiva de Noam Chomsky.**

### **RESUMO**

Esta tese trata-se de um esforço para elaborar uma exegese do conceito de propaganda à luz do pensamento de Noam Chomsky. O quadro analítico desta investigação é circunscrito às mudanças na ordem internacional desencadeadas logo após a Segunda Guerra Mundial, mais especificamente o contexto que abrange aquilo que ficou conhecido como a segunda fase da Guerra Fria (1945-1991). Discutimos a concepção do autor acerca da propaganda ideológica fundamentada em três principais vertentes: doutrinação, distração e marginalização. Com base nessas categorias extraídas do argumento de Chomsky, analisamos a retórica da propaganda imperial e da propaganda corporativa e seus mecanismos de persuasão, manipulação e controle do juízo popular na busca de uma opinião pública predominantemente conivente e consensual aos interesses das elites dos setores dominantes. É a partir desse enfoque que se ancora este estudo, que se desdobra em uma dimensão simbólica denominada ‘Fábrica de Controle de Pensamentos’, que dá origem a uma fórmula de propaganda que se revela um eficiente mecanismo para enaltecer ou solapar ideologias, bem como para criar um simulacro de ameaças, de acordo com a conveniência. Evidenciamos nesta pesquisa as pilhagens linguísticas da retórica de propaganda e o apelo a determinados vocábulos utilizados no sentido de doutrinar e angariar adeptos à ideologia dominante, como também as insinuações e mascaramentos com o intuito de disfarçar os verdadeiros sentidos e significados dos termos. Em suma, como forma de compreender o modelo de propaganda propugnado por Chomsky, destacamos categorias importantes de sua vertente de pensamento, como a lógica do ‘viés sistêmico’, as ‘ilusões necessárias’, as ‘estratégias desviantes’, o ‘problema de Orwell’ e demais fatores que impulsionam a fabricação do consenso.

**Palavras-chave:** propaganda ideológica; propaganda imperial; propaganda corporativa; doutrinação; Noam Chomsky.

## **THE ETERNAL STRUGGLE FOR THE MINDS OF MEN: Ideological Propaganda and the Perspective of Noam Chomsky.**

### **ABSTRACT**

This thesis is about propaganda concept in Noam Chomsky thought elaborated through an effort in describe carefully and deeply their theory. The analytical scenario choosed to this investigation is delimited by changes in world order occurred after IIWW, more specifically related to period also knowed as second phase of cold war (1945-1991). We discuss the conception of author about ideologic propaganda based on three main pathways: indoctrination, distraction and marginalization. The rhetoric of imperial and corporative propaganda and its persuasion mechanisms, manipulation and mind control in order to get a public opinion accessary and consensual to concerns of dominant elite was extracted from Chomsky point of view under the optic of this ways. Arising from this highlight, the present study occur in a symbolic dimation named as “factory of thought control” wich create a propaganda formula revealing as a efficient mechanism to praise or overlap ideologies and to simulate threats accordind to its convenience. We demonstrate in this research the linguistic apropiation from rhetoric of propaganda and the appeal of some keywords used for indoctrinate and atract individuals to dominant ideologies as well as the tricks employed to disguise the true mean of this terms. Therefore to better understand the Chomsky model of propaganda we highlight important categories from their thought as logic of “sistemic bias”, the “necessary ilusions”, the “deviant strategies”, the “Orwell’s problem” and further factors wich promote the manufacturing consent.

**Keywords:** ideological propaganda; imperial propaganda; corporate propaganda; indoctrination; Noam Chomsky.



## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
1.1 Ponto de Partida .....	12
1.2 Parâmetros que Norteiam o Pensamento de Chomsky .....	14
1.3 A Síndrome do Vietnã .....	17
<b>2. OMISSÃO, CONVÊNIA OU PARTICIPAÇÃO?.....</b>	<b>21</b>
2.1. Três Vertentes para a Fabricação do Consenso.....	26
2.2. A Fantástica Fábrica de Propaganda .....	34
2.3. Fabricação de Inimigos .....	40
2.4. A Instrumentalização dos Cidadãos .....	42
2.5. O Modelo de Propaganda .....	48
<b>3. QUEM MANDA? QUEM OBEDECE? .....</b>	<b>55</b>
3.1. A Fábula da Guerra Fria .....	62
3.2. Fábrica de Controle de Pensamentos .....	70
3.3. O Pacote Ideológico do Anticomunismo .....	75
3.4. Pilhagens Linguísticas .....	82
3.5. Das Ilusões Necessárias.....	87
<b>4. POR QUE FABRICAR O CONSENSO?.....</b>	<b>95</b>
4.1. A Heresia da Democracia .....	99
4.2. A Fórmula de <i>Mohawk Valley</i> .....	104
4.3. A Despolitização do Público.....	111
4.4. As Tirantias Privadas.....	119
4.5. O Viés Sistêmico.....	123
4.6. Ditames do Neoliberalismo.....	129
<b>5. REVISITANDO O PROBLEMA DE ORWELL.....</b>	<b>137</b>
5.1. Quem vence o ringue? .....	144
<b>6. CONCLUSÕES.....</b>	<b>154</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>158</b>
<b>ANEXO A - BIG BUSINESS VIGILANTISM .....</b>	<b>164</b>
<b>ANEXO B – OPINIÃO DA MÍDIA.....</b>	<b>167</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A ideia desta tese surgiu da pretensão e expectativa de compreender aspectos do fenômeno da propaganda, a partir de categorizações do linguista, filósofo e ativista Noam Chomsky, um dos mais influentes pensadores políticos do mundo. “Em 2010, a Enciclopédia Britânica incluiu Chomsky entre os cem filósofos mais influentes de todos os tempos, acompanhado de nomes como Sócrates, Platão, Confúcio, São Tomás de Aquino, Hume, Rousseau, Heidegger e Sartre<sup>1</sup>”.

Chomsky é um autor revolucionário que dirige uma análise vigorosa, de linguagem clara e acessível, a assuntos de política internacional e realiza uma crítica incisiva e implacável ao sistema ideológico.

Chomsky foi o acadêmico vivo mais citado entre 1980 e 1992 (de acordo com o Índice de Citações de Artes e Humanidades) e, em uma pesquisa internacional (2005), foi eleito o principal intelectual público do mundo. Também é o oitavo autor mais citado, vivo ou morto - logo atrás de Platão e Sigmund Freud. (BABE, 2015, p. 16).

Sabemos que nos é apresentada uma visão pequena e distorcida da realidade por meio das versões correntes e convencionais, de modo que nossas ideias são amplas, generalizadas, muito abstratas e pouco refinadas. Encontramos em Chomsky um viés diferenciado de pensar a propaganda, e destacamos que este trabalho é exatamente isso, apenas uma forma, uma maneira ou uma vertente de refletir essa temática, no sentido de que “há várias perspectivas diferentes que você pode adotar. Você obterá respostas muito diferentes dependendo de qual perspectiva você assuma” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2003, p. 52).

Não temos, portanto, a intenção explicar e/ou criticar as ideias de Chomsky. Tampouco trata-se de uma tese sobre o pensador. Afinal, nossa investigação está circunscrita em compreender aspectos da propaganda ideológica, e Chomsky é um autor que exprime acerca dos jogos de poder daqueles que manipulam a opinião pública.

Logo, partimos em busca de resgatar o argumento de Chomsky na sua singularidade no pensar a propaganda, e, com isso, compilar o que há de elementar na concepção do autor a respeito do fenômeno. Encontramos em Chomsky uma noção ou conceito de propaganda e

---

<sup>1</sup> FERNANDES, Nathan. Noam Chomsky: entenda sua teoria linguística e seu pensamento político. *Revista Galileu*, 2019. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2019/01/noam-chomsky-entenda-sua-teoria-linguistica-e-seu-pensamento-politico.html>. Acesso em 31 jan. 2019.

doutrinação que se sobressai, e identificamos seus usos e apropriações para a fabricação de um consenso na sociedade, e mais especificamente, sua utilização a serviço do poder.

Delimitamos a observação a partir dos eventos que culminaram na apropriação e assimilação desse formato de propaganda, o que acabou por arraigar uma fórmula ou lógica de propaganda amplamente e frequentemente em uso desde então. Dentre as instâncias que permeiam o pensamento de Chomsky acerca da propaganda, sobressai o conceito de “manufatura do consentimento” ou “engenharia do consentimento”, propugnado pelo jornalista Walter Lippmann e pelo publicitário Edward Bernays, no século XX.

Tomando como premissa essa categorização, é possível extrair de onde vem o embasamento de Chomsky para formular sua própria noção de propaganda e, a partir daí, estipulamos as vertentes analíticas que acreditamos serem pertinentes no sentido de compreender o argumento do autor, com a finalidade de executar uma releitura e ressignificação do modelo de propaganda.

A importância especial da propaganda naquilo a que Walter Lippmann se referiu como a “fabricação do consentimento” há muito vem sendo reconhecida por autores sobre a opinião pública, propaganda e os requisitos políticos da ordem social. O próprio Lippmann, escrevendo no início da década de 1920, dizia que a propaganda já havia se tornado “uma entidade normal de governo popular” e estava continuamente crescendo em sofisticação e em importância. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 54).

Traçamos nosso caminho analítico a partir das expressões “fabricação do consenso” e “fabricação da aquiescência” - traduções mais comumente utilizadas nas versões brasileiras das obras de Chomsky – nosso enfoque é o estudo da chamada **propaganda ideológica**, que ainda se desdobra em ramificações mais específicas como **propaganda imperial** e **propaganda corporativa**, categorias que o autor elege para observar os mecanismos, táticas e técnicas de manipulação e controle, encabeçados por aqueles que buscam a doutrinação do público, de forma a garantir e angariar a anuência popular, isto é, uma opinião predominantemente consensual, aquiescente e conivente aos interesses do setores dominantes da sociedade.

É preciso deixar claro que, em Chomsky, a propaganda ideológica está a serviço dos interesses das elites. Esse entendimento do autor permeia todo o espectro analítico de suas obras, sendo que no próprio Modelo de Propaganda, elaborado juntamente com Edward S. Herman, o papel da mídia norte-americana está enredado nesta perspectiva, com a função de propaganda à mercê dos trâmites do poder privado. “Em *Manufacturing Consent*, o que fizemos

foi contestar dois modelos: como a mídia devia funcionar e como de fato funciona” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 32).

Ressaltamos que esta pesquisa não pretende abordar como um todo o chamado Modelo de Propaganda que Chomsky desenvolveu com Herman em “*Manufacturing Consent*”, publicado em 1988. Nossa tese é, na verdade, um desdobramento à parte desse modelo ou teoria, dada a sua dimensão. O modelo detém um enorme aparato de fatos e ideias. O que intencionamos é contribuir para o entendimento, compreensão e reflexão de somente uma das variáveis do modelo de propaganda, o chamado quinto filtro da notícia, que aqui observamos como o filtro fatídico: o “anticomunismo” como religião nacional e mecanismo de controle.

Deixamos aqui uma prévia do que se trata este filtro:

“Aquele que se nega a obedecer aos desejos e decretos de Washington é por definição um “comunista”, e, portanto, é lícito destruí-lo “em defesa própria” (CHOMSKY, 1998a, p. 54). Assim aconteceu na Guerra do Vietnã e também nos chamados outros “outros Vietnãs”.

A partir desse viés, recorreremos ao vasto conjunto de obras de Chomsky em busca de terminologias e vocábulos ideologicamente carregados com o objetivo de interpretar e compilar, sobretudo, um argumento à luz do pensamento de Chomsky, que se materializa nesta tese em uma lógica ou padrão de propaganda, privilegiando então a perspectiva da linguagem, da retórica, dos sentidos e significados moldados com o propósito de manipular a opinião pública, doutrinar e desviar a atenção.

O desafio se deu justamente em recolher as inferências acerca da propaganda distribuídas nos inúmeros textos de Chomsky, para então reconstruir um argumento ou uma lógica de doutrinação tendo como premissa o quinto filtro, que elegemos como o recorte basilar no caminho analítico de compreender o argumento de Chomsky acerca do fenômeno da propaganda.

De onde procede esse filtro fatídico, e quais são suas variedades retóricas? Que fatores impulsionam o sistema de controle ideológico? E ainda, quais as relações da propaganda ideológica com o Estado?: eis o que nos propusemos a dedicar neste estudo.

## **1.1 Ponto de Partida**

Antes de ser o analista do cenário político, Chomsky é o grande especialista em linguística, que revolucionou este campo do conhecimento através de suas contribuições ao

processo de aquisição da linguagem, a chamada gramática gerativa ou ge(ne)rativa transformacional, na qual argumenta que a linguagem é parte da estrutura natural ou inata<sup>2</sup> do ser humano. Como diz seu biógrafo Barsky<sup>3</sup> (2004), “é praticamente o único intelectual que consegue circular em universos distintos. Polêmico, amado e odiado”.

Para o linguista, a capacidade de aprendizado é possibilitada por estados mentais inconscientes. Essa concepção também pode ser aplicada aos instintos de liberdade e criatividade, em seu palpite. Encontramos, assim, um autor inspirador, que além de suas inferências acerca da propaganda, salutar para os estudos de teorias da comunicação, nosso lugar de fala, ainda exerce um intenso engajamento político e convoca o ativismo social como um movimento global de resistência, dedicando grandes esforços por uma democracia mais ampla.

Chomsky expõe as ações perpetradas pelo imperialismo político, militar e comercial do maior e mais poderoso país do mundo e analisa, sobretudo, a política intervencionista dos EUA nos países do chamado Terceiro Mundo, como também o apoio militar cedido a Israel e Arábia Saudita.

A tradutora do livro “Propaganda e Consciência Popular” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2003), Désirée Motta-Roth (2002, p. 10) descreve Chomsky da seguinte forma:

Ele está sempre nos chamando a atenção para o modo em que termos como “organização mundial” e “terrorismo” são incorporados à linguagem da mídia para construir uma versão parcial do mundo que interessa aos grandes conglomerados econômicos transnacionais. Conforme ele mesmo declara, seu objetivo não é persuadir as pessoas, mas oferecer informações contundentes para ajudá-las a refletir sobre os fatos que não raro são naturalizados pela mídia. Ele é um problematizador de ideias que há muito nos acostumamos a pensar como “naturais” ou “inerentes” à existência humana, como desigualdade social, miséria, guerra e poluição.

O pensador toma como ponto crucial de suas investigações, as mudanças ocorridas na ordem internacional após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), ao expor o plano norte-americano de dominação mundial ou supremacia global no qual estrategistas do mundo pós-

---

<sup>2</sup> Isso fez surgir, entre os pesquisadores, o impasse da variedade de línguas, a chamada ‘Questão de Babel’. Mas, para Chomsky, mesmo que haja idiomas diferentes, os seres humanos não são geneticamente programados para aprender uma ou outra língua, existindo, portanto, uma estrutura básica comum entre os idiomas.

<sup>3</sup> Este trecho encontra-se na orelha do livro: BARSKY. Robert F. **Noam Chomsky**: a vida de um dissidente. – São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2004.

guerra desenvolveram com o propósito de conquistar a “Grande Área”, o que deflagrou a chamada Guerra Fria (1945-1991).

A Guerra Fria foi imprescindível para a fabricação de uma retórica de propaganda com o intuito de refrear a política independente, os movimentos trabalhistas e outras formas de ativismo popular. Neste sentido, enfatizamos nesta tese a relevância desse aspecto na construção de um conceito e um consenso, isto é, o papel da propaganda no combate à paz e à democracia, a partir de uma fórmula de doutrinação que se revelou desde então a melhor saída para prevenir possíveis ameaças.

A propaganda ideológica conveio para manter um simulacro de constantes ameaças à segurança, para angariar o conformismo e a obediência popular e descapacitar qualquer ação. “Serviu para assustar a população norte-americana e fazê-la engolir políticas internas destinadas a beneficiar a extrema riqueza à custa da grande maioria” (CHOMSKY, 2009, p. 125). A função da propaganda ideológica, que se desdobra ainda nos formatos propaganda imperial e propaganda corporativa, é a de doutrinar e dificultar a compreensão do mundo.

## 1.2 Parâmetros que Norteiam o Pensamento de Chomsky

Atualmente, Chomsky é professor emérito de linguística no Instituto de Tecnologia de Massachusetts e professor laureado de linguística na Universidade do Arizona (Estados Unidos da América). Já recebeu muitos títulos honoríficos, bem como agraciações importantes, como o *Prêmio de Kyoto*, em 1988.

Chamado de “velhinho picareta” por Reinaldo Azevedo, “mestre do contra” por Marcia Tiburi, de “*a rebel without a pause*” por Bono Vox, e também muitas vezes tachado de “*American hater*” e “*leftist libertarian*”, pela grande mídia norte-americana, Avram Noam Chomsky nasceu na Filadélfia, Estado da Pensilvânia, nos Estados Unidos, em 1928. Filho de pais ucranianos, que fugiram da Rússia depois do assassinato do czar Alexandre II, em 1881, ele foi criado nas tradições do judaísmo e educado na língua hebraica.

Seu primeiro artigo foi escrito ainda na infância, quando tinha 11 anos, no qual tratava da queda de Barcelona, foco de resistência dos anarquistas durante a Guerra Civil Espanhola, em 1939. Encara o fato como “um grande tema da minha vida na época” (BARKSKY, 2004, p. 32).

Chomsky mostrou-se solidário com a Revolução Espanhola e com as ideias libertárias. Isso ocorreu, especialmente, por sua convivência em círculos de judeus anarcossindicalistas, ambiente de sua infância e juventude. (CHOMSKY, 2011). Quando universitário, foi discípulo de Zellig Harris, professor de linguística, da vertente do anarquismo de esquerda sionista.

É preciso mencionar ainda as influências de George Orwell e de marxistas não bolcheviques como Anton Pannekoek e Rosa Luxemburgo. Sua postura política anarcolibertária representa a luta contra injustiças desencadeadas pelo setor privado, e é marcada pela militância contra autoridades ilegítimas e pelo corajoso desafio frente às formas de hierarquias não justificadas, numa posição voltada à defesa do trabalhador e dos sindicatos.

O pensador se considera um “companheiro de viagem” da tradição anarquista, mais especificamente da corrente do anarcossindicalismo, que ele classifica como a ala libertária do socialismo, uma confluência do socialismo e liberalismo herdados do Iluminismo.

“Creio que devemos ter grande respeito pelos ideais do Iluminismo – racionalidade, análise crítica, liberdade de expressão, liberdade de investigação – e procurar ampliá-los, modificá-los e adaptá-los a uma sociedade moderna” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 162).

O pensador proclama, portanto, os ideais libertários da esquerda e não está associado às sombrias práticas da burocracia vermelha.

Sua atração inicial pelo anarquismo e sua resistência à tradição marxista foram finalmente traduzidas em um forte interesse pelo trabalho ativista local e uma rejeição a análises de classe de estudos muito complexos, embora ele tenha descoberto alguns pontos comuns bastantes relevantes entre os dois. (BARSKY, 2004, p. 41).

Sua esfera de pensamento abrange diferentes matrizes teóricas e espíritos-guia. Ele se inspira em movimentos independentes de trabalhadores e nas ideias e práticas dos movimentos socialistas libertários e se baseia, mormente, nas ideias iluministas de Bertrand Russel e Jean-Jacques Rousseau e também numa das maiores figuras do pensamento do século XX, John Dewey. “Eu sou um *deweyísta* há muito tempo, desde experiências e das leituras na infância” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2003, p. 223).

Em contraposição aos anarquistas, Chomsky não está muito interessado em romper com determinadas rupturas institucionais, e não dedica muito esforço em combater políticas eleitorais, tendo inclusive, defendido, simpatizado e oferecido apoio a alguns líderes de cargos

políticos. Em uma ótica particular, ele defende elementos da autoridade do Estado que, ainda que ilegítimos, funcionam para fazer cumprir determinadas leis e assegurar os progressos conquistados em prol da democracia e dos direitos humanos, por exemplo.

Tornou-se mundialmente conhecido por seu movimento de oposição à Guerra do Vietnã e posteriormente quando insurgiu contra a ocupação indonésia no Timor-Leste.

Os esforços políticos de Chomsky, iniciados no final da década de 1960 e claramente continuados no início da década de 1970, são destinados a alertar a população para os eventos cruciais, dos quais as pessoas conhecem pouco, porque foram desviadas e distraídas, com êxito, por campanhas de propaganda altamente organizadas, e numerosas outras táticas, às vezes conscientemente e outras vezes inconscientemente empregadas. (BARKSKY, 2004, p. 182).

Nesse período escreveu sua primeira obra de economia política, o “American Power and the New Mandarins”, que foi publicado em 1969. Ele dedica o livro aos bravos jovens que se recusam a prestar serviço numa guerra criminosa. Chegou, inclusive, a ser preso por desobediência civil. Antes disso, já havia escrito artigos e ensaios de teor político, no entanto, eram mais direcionados aos intelectuais da sociedade norte-americana.

Em 1967, ele foi preso em um protesto do Pentágono. O primeiro grande ensaio de Chomsky relacionado à economia política, “A responsabilidade dos intelectuais” foi publicado na *New York Review of Books* em 1967. Lá ele escreveu: “É responsabilidade dos intelectuais falar a verdade e expor as mentiras. Depois disso, publicou ensaios dissidentes em periódicos como *Ramparts*, *New Politics* e *Socialist Revolution*, entrando para a “lista de inimigos” de Richard Nixon. (BABE, 2015, p. 256).

Tido muitas vezes como ultrajante, nossa opinião é que Chomsky exerce um ativismo corajoso, ao invés de simplesmente lavar as mãos diante das arbitrariedades e da violência perpetradas pelo sistema de poder. Não faz mais do que uma avaliação pessoal e uma observação crítica sobre uma variedade de assuntos inerentes à vida social.

Chomsky realiza uma ampla análise da superpotência global que há muito reivindica o direito de reformar outras nações – derrubando governos que considera ilegítimos, invadindo países que julga ameaçarem seus interesses, impondo sanções contra regimes aos quais se opõe – enquanto suas próprias instituições democráticas vivem uma grave crise e suas políticas e práticas colocam o mundo perigosamente à beira da catástrofe nuclear e ambiental<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Trecho retirado da orelha do livro “Estados Fracassados”. In: CHOMSKY, Noam. **Estados Fracassados**: o abuso do poder e o ataque à democracia. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.



Ao prefaciar a obra, “Estados Fracassados”, Howard Zinn<sup>5</sup> declara:

Os textos políticos de Noam Chomsky jamais são abstratos, teóricos ou acadêmicos. Estão invariavelmente imersos na realidade da luta social, documentando sua argumentação de maneira tão meticulosa que quase chegam a assoberbar os leitores com informação. É impossível lê-los sem ficar pasmo com a amplitude de seus conhecimentos.

“Camelot, os anos Kennedy” e “Ano 501, a luta continua” são as primeiras obras de Chomsky editadas no Brasil. A editora UnB publicou uma série especial de Chomsky, ao lançar a trilogia: “O que o Tio Sam realmente quer”, e “A minoria próspera e a multidão inquieta”, em 1996 e “Segredos, mentiras e democracia”, em 1997. Os dois últimos são baseados em entrevistas concedidas ao jornalista David Barsamian em 1993 e 1994. Esses livros não são mais editados e estão, portanto, esgotados.

O autor escreveu mais de 150 livros, entre eles as obras políticas que vão desde o já mencionado “American Power and the New Mandarins” [O poder americano e os novos mandarins], de 1969, até “Who rules the world?” [Quem manda no mundo?], de 2016.

E Chomsky é tão comprometido e afinado com o cenário político dos EUA que chegou a prever a chegada de Donald Trump ao poder.

Se aparecer alguém que seja um tipo assim, meio Hitler – só quer poder, não corrupção, faz tudo parecer uma beleza, e diz: “Nós queremos poder” – bem, então estaremos todos em uma encrenca muito feia. Ora, ainda não tivemos a pessoa certa nos Estados Unidos, porém mais cedo ou mais tarde alguém vai preencher essa posição – e, então, será altamente perigoso. (MITCHELL e SCHOEFFEL, 2005, p. 532).

### 1.3 A Síndrome do Vietnã

A análise contundente e lúcida de Chomsky sobre a sociedade, economia e política mundiais começa a ganhar destaque internacional a partir de seu envolvimento de oposição à Guerra do Vietnã, no qual ele se tornou um “herói da Nova Esquerda” (LYONS, 1974, p. 14).

---

<sup>5</sup> In: CHOMSKY, Noam. **O poder americano e os novos mandarins**. – Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 10.

A denúncia do pensador entrou em choque com o discurso desenvolvido pela propaganda oficial, que ele nomeia como “mentira oficial”.

Após a Guerra da Indochina (1946-1954), o Vietnã ficou dividido em duas zonas. Uma delas, o Vietnã do Norte comandado pelo governo socialista de Ho Chi Minh. E a do Vietnã do Sul, liderada pelo ditador Ngo Dienh-diem, que tinha como aliado o governo capitalista dos Estados Unidos.

A intervenção militar dos EUA no Vietnã se deu entre 1965 e 1973, período em que Chomsky inicia seu combate aos disfarces ideológicos e às manobras de propaganda, apontando a fabricação de um modelo de logro e as ferramentas e dispositivos de propaganda utilizados para mobilizar apoio, um mecanismo útil de controle da “cabeça do público”, naquela que é, de longe, a sociedade mais livre do mundo, uma contradição *orwelliana*.

Os norte-vietnamitas e os vietcongues foram retratados como “selvagens”, “brutais”, “assassinos”, “fanáticos”, “suicidas”, “semienlouquecidos”, meros parasitas em áreas “infestadas pelos comunistas” ou “infestadas pelos vietcongues”, e tinham, assim, que ser limpas pelos libertadores norte-americanos. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 263).

O termo utilizado contra o inimigo era “vietcongue”, “um apelido pejorativo da propaganda dos Estados Unidos” (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 234). A expressão significa “comunista vietnamita”. Tratava-se da *Frente Nacional de Libertação*, no Vietnã do Norte, um movimento de resistência à coalizão formada pelos EUA e pelo governo do Vietnã do Sul. Era composto por um exército de guerrilheiros com o apoio de Ho Chi Minh e dos soviéticos.

Em 1964, os vietcongues atacaram uma base norte-americana no Vietnã do Sul. Navios da embarcação americana foram atingidos no golfo de Tonquim. O então presidente americano Lyndon B. Johnson (1963-69) intensifica o envio de tropas armadas para o Vietnã do Norte.

Os EUA enviaram ao Vietnã do Sul, tropas, armamentos, dinheiro e conselheiros militares. Isso privilegiou a elite local, os donos de terra, os comerciantes e os altos funcionários e alastrou a miséria entre os camponeses, 80% da população.

Para Chomsky, os EUA executaram uma “agressão” contra os vietnamitas enquanto a propaganda oficial bradava que “a guerra se justificava porque o comunismo estava em marcha, a “credibilidade” dos EUA estava em jogo e porque os comunistas vietnamitas eram cruéis e impiedosos” (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 37).

A propaganda buscava inculcar a crença de que exercia uma “contenção do comunismo”, frente à “conspiração comunista internacional” em voga durante a Guerra Fria. Tornou-se necessário tecer uma rede de “ilusões necessárias” e fabricar um consenso predominantemente anticomunista.

O enredo do Vietnã como uma bela, mas fracassada cruzada contra o comunismo combina com uma atitude americana beligerante com relação ao resto do mundo. O mundo está separado em inimigos ou seguidores. A América é a maior, a melhor e sabe o que é melhor também. A América nunca está errada. (GELLHORN, 2009, p. 396).

De acordo com Chomsky, a Guerra do Vietnã foi travada para impedi-lo de tornar-se um bem-sucedido modelo de desenvolvimento econômico e social para o Terceiro Mundo, assim como aconteceu também com Cuba. “As verdadeiras razões do ataque dos Estados Unidos na Indochina são as convencionais. Washington temia que um Vietnã independente fosse um vírus infectando outros países” (CHOMSKY, 2009, p. 137).

O Vietnã foi praticamente destruído e devastado para não “infectar” nenhum outro país com seu exemplo.

Incapaz de desenvolver uma base política no sul, o governo norte-americano passou a expandir a guerra. Foi capaz de fazê-lo através da contínua manipulação do cenário político do Vietnã do Sul para garantir o alcance de seu objetivo: a luta contínua até que o regime anticomunista, suscetível às vontades norte-americanas, fosse estabelecido no sul. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 238).

No entanto, passados cinco anos do início da guerra, as pessoas começaram a se inteirar dos fatos, vindo a se mobilizar, engajar e se posicionar contra as intervenções. Chomsky teve um papel determinante em chamar a atenção para o que estava realmente acontecendo. Esse movimento ativista ficou conhecido como a “Síndrome do Vietnã”, encarado como uma “crise” no âmbito interno.

Chomsky denunciou os horrores das violações dos direitos humanos, o genocídio de populações rurais civis e demais atrocidades cometidas contra os camponeses vietnamitas, em que foi autorizado o uso de napalm e outras armas químicas.

Foi um verdadeiro ataque assassino e a doutrina padrão apregoava que os Estados Unidos eram a parte agredida no Vietnã, e estavam somente defendendo-se dos agressores vietnamitas. Os EUA nunca assumiram as consequências de suas ações e agressões, para eles

nada mais era do que “a defesa do Vietnã do Sul”. Na doutrina oficial, os Estados Unidos eram a vítima e os vietnamitas os vilões cruéis.

A propaganda oficial precisava levar as pessoas a concluírem que a guerra não tinha fim. O posicionamento pacifista e antiguerra deveria ser evitado a todo custo, as tais “inibições doentias contra o uso da força militar”, a temida “síndrome do Vietnã”, um grande trauma para os EUA.

No período subsequente à Guerra do Vietnã, os interesses comuns eram superar a “crise da democracia” surgida no plano interno, com o despertar das massas ignorantes, reverter o declínio dos negócios norte-americanos, diante da competição internacional e da redução da lucratividade, e suplantando a ameaça do “ultranacionalismo” do Terceiro Mundo, que atendia aos interesses nacionais e às pressões populares, e não às necessidades transcendentais das ricas sociedades industrializadas. Os interesses comuns exigiam, portanto, um ataque à força de trabalho e ao sistema de assistência social, a expansão dos subsídios públicos à indústria de alta tecnologia, através do canal padrão do Pentágono, e outras medidas destinadas a enriquecer os abastados, além de uma política externa mais agressiva e uma propaganda interna destinada a açoiar as massas ignorantes para fazê-las entrar na linha, temendo pela própria vida. (CHOMSKY, 2003a, p. 318).

Nos próximos capítulos trataremos desses episódios mais especificamente. No segundo capítulo delineamos o que há de elementar no conceito de propaganda à luz do pensamento de Chomsky. Nos capítulos 3 e 4 analisamos a fabricação de um conceito com o propósito de guerra ideológica, no sentido de combater os chamados “inimigos” externos e internos. Ao final, à guisa de conclusão, discorreremos acerca dos sentidos que circulam e permeiam a apropriação dessa retórica de propaganda em face do argumento de Chomsky, bem como refletimos sobre elementos sintomáticos dessa deriva ideológica.

Para quem quiser saber mais como funciona o sistema de controle ideológico ou controle de pensamento por uma perspectiva que não estamos acostumados a ver já que a própria linha de propaganda costuma impedir que isso aconteça, deixamos aqui um convite para que acompanhe, no decorrer dessas páginas, como se constrói um corolário útil ou um espectro de doutrinação propício para obliterar o pensamento e angariar o consenso, a aquiescência e o conformismo do público.

Não é difícil encontrar e identificar por aí uma vasta quantidade de adeptos e reprodutores de uma doutrinação antidemocrática, que privilegia e convém apenas aos interesses das elites dos setores dominantes. Como isso é possível? Chomsky explica.

## 2. OMISSÃO, CONVIVÊNCIA OU PARTICIPAÇÃO?

*“Um dos grandes obstáculos à mudança é a reprodução de elementos da ideologia hegemônica por parte das forças dominadas” (Antonio Gramsci).*

No decorrer desta tese, designamos as circunstâncias que foram fundamentais para firmar a ordem socioeconômica do neoliberalismo. Chomsky fustiga a respeito do que acredita ser a verdadeira causa de destruição de nossos tempos: a imposição de um modelo de Estado Neoliberal, do qual é base para a criação da chamada propaganda ideológica. Numa perspectiva simbólica, trata-se de uma ‘Fábrica de Controle de Pensamentos’, composta pelas instituições que fabricam o consenso, estas observadas sob os patamares das elites governamentais e das elites corporativistas.

Nessa conjuntura, a sociedade é regida por empresários, no contexto de uma economia composta por um Estado poderoso, mas com alguma dependência das forças de mercado, forças estas moldadas pelos interesses do poder estatal, este sob o controle das concentrações de poder privado.

O neoliberalismo é o paradigma econômico e político que define o nosso tempo. Ele consiste em um conjunto de políticas e processos que permitem a um número relativamente pequeno de interesses particulares controlar a maior parte possível da vida social com o objetivo de maximizar seus benefícios individuais [...]. Esses partidos e suas políticas representam os interesses imediatos de investidores extremamente ricos e de menos de mil grandes empresas. (MCCHESENEY, 1998, p. 07).

Nesta conjuntura, o mundo deve ser governado pelos países ricos, estes sob as rédeas das elites dos setores dominantes, o que não difere muito das ideias fundadoras e inauguradoras da nação norte-americana. Sob esta idealização ancoram-se os sintagmas doutrinários da propaganda ideológica e, nomeadamente, da propaganda imperial, de cunho militarista personificado pelo Tio Sam e da propaganda corporativa cujo caráter empresarial é mais notório do que a primeira.

James Madison, o principal arquiteto da Constituição norte-americana acreditava que o poder deveria ser delegado ao conjunto de homens mais ricos, denominados por ele de

“estadistas iluminados” e “filósofos benevolentes”, que seriam dotados e imbuídos pela capacidade e responsabilidade inerentes de gerir o bem-estar da nação.

Uma questão importante era: até que ponto devemos permitir a verdadeira democracia? [...] Madison afirmou que a maior preocupação de toda sociedade decente deve ser a de “proteger a minoria opulenta contra a maioria”. Palavras dele [...] Desse modo, o sistema constitucional tinha que ser estruturado de forma que impedisse a democracia – a “tirania da maioria”, tal como a denominavam às vezes – para assegurar que a propriedade dos opulentos não fosse atingida. (CHOMSKY, 2017a, p. 16).

Desde então, a retórica não mudou. Na linguagem da propaganda corporativa, esses homens opulentos fazem parte da chamada “comunidade Atlântica”, um critério que Chomsky utiliza numa ótica analítica voltada para os homens ricos do Ocidente.

Para Chomsky, a característica principal do sistema de propaganda corporativa é a tentativa de reduzir a democracia de forma a impedir que a população interfira no poder dos ricos, no sentido de que o grande receio dos poderosos é uma população politizada, unida, organizada e engajada a ponto de resistir e lutar por direitos, assistência social e garantias fundamentais na sociedade.

Essas ideias “impertinentes” representam “distúrbios” e “prioridades erradas” no léxico da propaganda ideológica, portanto, são um grande risco aos privilégios dos mais ricos. Por tal motivo, uma das estratégias de doutrinação é dispersar o público para que este não tome consciência do que está acontecendo, das decisões que são tomadas em seu nome, e nem mesmo perceba a manipulação e a tentativa de controle de sua vida, mente e atitude.

Bem, esse é o modo como o sistema foi originalmente projetado nos Estados Unidos – e, no decorrer dos dois séculos seguintes, o projeto básico não mudou muito. A “minoria dos opulentos”, que têm em comum um definido interesse de classe, ainda controla as instituições do governo, tanto o Parlamento quanto o Executivo, enquanto a população em geral permanece altamente dispersa, separada e, como Madison também recomendou, fragmentada, de forma que as pessoas não pudessem unir para identificar e lutar por seus interesses”. (MITCHELL e SCHOEFFEL, 2005, p. 422).

Para os propósitos da política externa, a fabricação do consenso diz respeito à obediência e submissão, dessa forma, a propaganda imperial impõe que os demais subalternos devem se submeter, ocupando suas respectivas funções de fornecedores de fontes estratégicas para os negócios norte-americanos, com o risco de serem removidos caso venham a desafiar a

hegemonia estabelecida, de modo que “o Estado é forçado a se esconder em operações clandestinas e os EUA devem, muitas vezes, recorrer à violência para “restaurar a democracia”<sup>6</sup>”.

No âmbito interno significa conquistar o consentimento do público em prol do interesse empresarial ou do poder privado, uma forma de controle e manipulação proporcionada pela propaganda corporativa, que promove, entre outros efeitos e sintomas, a apatia, a subserviência e o conformismo, além de recrutas ou cúmplices que perpetuam e legitimam a doutrinação.

Em casa, são necessários meios mais sutis: a fabricação do consenso, enganando as massas estúpidas com “ilusões necessárias”, operações encobertas que a mídia e o governo fingem não ver até que tudo se torne óbvio demais para ser suprimido. Passamos então à fase do controle de danos para garantir que a atenção pública seja desviada<sup>7</sup>.

A difusão de “ilusões necessárias” como forma de doutrinação, bem como os mecanismos e técnicas das estratégias desviantes são noções próprias do argumento de Chomsky acerca da propaganda. O que extraímos do pensamento do autor é há três vertentes analíticas para compreender o papel da propaganda, que seriam: a doutrinação, os desvios, e a marginalização gradual dos dissidentes e subversivos. Esse esquema triádico é essencial para pensar uma então fórmula ou modelo de propaganda ideológica, que retomamos mais adiante.

Adiantamos que o público precisa ser desviado por meio das máscaras convencionais da propaganda, as chamadas “ilusões necessárias”, de tal forma, que não haja tempo para reflexão e conscientização. Uma população apática e passiva e até mesmo um clima de fanatismo, histeria e ódio são circunstâncias diametralmente opostas, mas ambas bastantes propícias em fazer prosperar os interesses e os privilégios da elites, conquistando o tão esperado consentimento ou aquiescência popular. Aliado a isso, soma-se a disseminação de doutrinação na busca pela assimilação e reprodução do discurso do *mainstream*, bem como as tentativas graduais de marginalizar e solapar os grupos de contestação, dissidência e resistência.

A propaganda de técnicas sofisticadas produzida pela moderna indústria das relações públicas, fábrica da propaganda e da opinião pública nasceu nos Estados Unidos, ironicamente na sociedade mais livre do mundo. O paradoxo da liberdade permeia a doutrinação difundida pela propaganda ideológica. “O ideal democrático, dentro e fora dos Estados Unidos, é simples

---

<sup>6</sup> Necessary Illusions: **Thought Control in Democratic Societies**, Boston: South End Press, 1989. In: <https://zcomm.org/necessary-illusions/>. Acesso em 16 mar.2017. Tradução nossa.

<sup>7</sup> Idem, *ibidem*.

e direto: você é livre para fazer o que quiser, desde que seja o que nós queremos que você faça” (CHOMSKY, 2003a, p. 430). Como no lema do Ministério da Verdade da obra “1984” de George Orwell: **“LIBERDADE É ESCRAVIDÃO”**. No decorrer desta tese iremos inserir ainda os outros dois lemas restantes.

O controle da população sempre foi a maior preocupação dos detentores de poder e privilégios. “A propaganda política patrocinada pelo Estado, quando apoiada pelas classes instruídas e quando não existe espaço para contestá-la, pode ter consequências importantes” (CHOMSKY, 2013a, p. 13). Sabe-se que “quanto mais “livre e popular” é um governo, mais necessário se torna o controle da opinião para garantir a submissão dos governantes” (CHOMSKY, 2002a, p. 50).

Chomsky revê a máxima de David Hume, quando este assinalou ainda no séc. XIX que o verdadeiro poder encontra-se nas mãos dos governados, logo não haveria como os líderes políticos governarem sem uma certa medida de consentimento e aquiescência. “David Hume observou que “a força está sempre do lado dos governados, os governantes nada mais têm em seu apoio senão a opinião””. (CHOMSKY E BARSAMIAN, 2006, p. 142).

Sendo assim, “o governo se baseia no controle da opinião, princípio que “se estende a todos os governos, dos mais despóticos e militarizados aos mais livres e populares” (CHOMSKY, 2002a, p. 50). Chomsky conclui que a propaganda ideológica é uma forma de estabelecer o consentimento e a submissão sem precisar recorrer ao uso da força, ainda que a força também esteja disponível para ser utilizada como último recurso.

A constatação de que o controle da opinião é a sustentação do governo, do mais despótico ao mais liberal, remonta, no mínimo, a David Hume, mas um adendo se faz necessário: isso é muito mais importante nas sociedades mais liberais, nas quais a obediência não deriva do cabresto. (CHOMSKY, 2004, p. 13).

Em último caso, “fazem-se necessários outros dispositivos para impedir as massas ignorantes de interferirem nas questões públicas, que não são da sua conta” (CHOMSKY, 2003a, p. 444). Primeiramente, a propaganda é o melhor recurso para que as pessoas permaneçam impassíveis e desinteressadas quanto à própria realidade. É uma forma de providenciar o controle total de tudo pelos poderosos, sem a interferência do povo.

Os governados não podem chegar a perceber ou se darem conta de que possuem as ferramentas capazes de refrear o poder e de determinar e conduzir as políticas em prol do interesse coletivo. O papel da gigantesca indústria de relações públicas é manter o povo



distraído, disperso, isolado, fragmentado e distante das decisões tomadas pela “minoría opulenta”, que Chomsky também denomina de “minoría próspera”, a qual esta teme a “tirania da maioria” ou, na concepção de Chomsky, a “multidão inquieta”.

A propaganda surge então como uma forma de angariar uma opinião pública conivente aos interesses dos poderosos. A grande sacada dos estrategistas é a elaboração e fabricação de técnicas sutis e inteligentes, de modo que o público não venha a detectar e identificar a manipulação e o controle. Portanto, o trabalho de Chomsky é trazer luz a essas ações e chamar a atenção das pessoas para coisas que elas não estão acostumadas a refletir sobre.

A grande preocupação e temor daqueles que detêm o poder é a potencial força que pode emergir da união coletiva, capaz de lhes tomar o poder e fazer ruir governos repressores, arbitrários e autoritários. Por isso, resolveram contratar os serviços da chamada “relações públicas” ou “classe especializada”, composta pelos “homens responsáveis”, que lançaram mão de refinados recursos de propaganda e partiram em busca da eterna luta pela mente dos homens.

No Ocidente, os “homens responsáveis” são guiados por uma compreensão intuitiva máxima formulada por Hume como um dos Primeiros Princípios do Governo: para assegurar que “a maioria seja governada pela minoría” e para garantir “a submissão implícita com a qual os homens renunciam a seus próprios sentimentos e paixões em favor daqueles de seus governantes”, estes devem controlar o pensamento. (CHOMSKY, 1996a, p. 112).

Outrossim, o sistema de controle ideológico nas ditas sociedades livres é exercido de tal forma que angaria mais um conformismo do que de fato um consentimento, já que desvia o interesse popular para outras coisas, como as distrações do entretenimento e do consumismo, direcionando a preocupação e a dedicação a coisas mais superficiais, para que a população não preste atenção nos assuntos que envolvem os sistemas político e econômico, por exemplo.

Na visão da elite, era necessário controlar as massas por intermédio de crenças e atitudes. Ora, uma das melhores formas de se controlar as possíveis atitudes das pessoas é com aquilo que o importante economista Thorstein Veblen denominou de “fabricação de consumidores”. Se for possível, fabricar necessidades e tornar indispensável à vida das pessoas a aquisição de determinados produtos, elas devem ser induzidas a cair na armadilha do consumo. (CHOMSKY, 2017a, p. 143).

De acordo com Chomsky, a propaganda ideológica cria uma forma de aprisionamento, denominada como a armadilha de um consumismo inescapável. “A ideia é tentar controlar

todos, transformar a sociedade inteira num sistema de consumo perfeito” (CHOMSKY, 2017a, p. 144).

Aliado, a isso, as potencialidades do entretenimento, o excesso ou a supressão de informações, bem como a difusão de doutrinas, são fatores capazes de influenciar diretamente as crenças, e as vontades. “A pertinácia de tais atitudes é particularmente notável à vista do incessante assalto da propaganda para persuadir as pessoas de que elas acreditam em coisas radicalmente diferentes” (CHOMSKY, 2002a, p. 64).

A necessidade de fabricar carências na população é uma das principais metas da propaganda ideológica.

Houve uma discussão muito consciente sobre a necessidade de criar carências – e, de fato, foram realizados extensos esforços para fazerem exatamente o que se faz na TV hoje em dia: criar carências, fazer você querer o mais novo par de tênis de que você na verdade não precisa, para que as pessoas então sejam impulsionadas a uma sociedade de trabalho assalariado. E esse padrão foi se repetindo sempre ao longo de toda a história do capitalismo. De fato, o que toda a história do capitalismo mostra é que as pessoas tiveram que ser levadas a situações que então se alega serem da sua natureza. Mas se há algo que a história do capitalismo mostra é que isso não é da natureza delas, elas tiveram que ser forçadas a isso, e que esse esforço teve de ser mantido até os dias de hoje. (MITCHELL e SCHOEFFEL, 2005, p. 276).

Com tantas barreiras e bloqueios obstruindo a reflexão, a conscientização e o discernimento, o caminho da propaganda fica livre para controlar a cabeça do público.

## **2.1. Três Vertentes para a Fabricação do Consenso**

A tríade do esquema de propaganda em Chomsky diz respeito a uma articulação de pensamento na qual é possível extrair três vertentes para a fabricação do consenso. Nesta lógica, para que haja um consenso predominante à preservação da ideologia neoliberal dentro da estrutura do capitalismo de Estado, a propaganda ideológica procura infundir doutrinação, lançar desvios e distrações, bem como atuar no sentido de marginalização das ideias de oposição.

Para angariar consentimento e aquiescência aos interesses das elites, a doutrinação opera pelos mecanismos do logro e da tapeação através das pilhagens linguísticas e “ilusões necessárias”, uma verdadeira fábrica do embuste que é endossada pelas camadas mais instruídas

da população, que se tornam coniventes e cúmplices da ideologia dominante. “Os principais alvos da fabricação do consentimento são aqueles que se consideram “os membros mais conscientes da comunidade”, os “intelectuais”, os “líderes de opinião”<sup>8</sup>”.

O sistema doutrinário, que produz aquilo que chamamos “propaganda”, ao falar de inimigos tem dois alvos distintos: um dos alvos é aquele que, algumas vezes, é chamado de “classe política”, cerca de 20% da população relativamente instruída, mais ou menos articulada e que desempenha algum papel na tomada de decisões. Sua aceitação da doutrina é fundamental, porque ela (a classe política) está em posição de traçar e implementar diretrizes políticas. Em seguida, vêm os outros 80% da população. Estes são “os espectadores da ação”, a quem Lippmann descreveu como “a horda confusa”. Eles existem supostamente para obedecer a ordens e sair do caminho das pessoas importantes. Eles são o verdadeiro alvo dos meios de comunicação de massa. (CHOMSKY, 1996b, p. 122).

Antes de ser reprodutora e legitimadora do discurso dos setores dominantes, a classe mais instruída ou minoria informada é convenientemente doutrinada, para então vir a perpetuar e endossar as doutrinas e mantras do pensamento de elite. Neste sentido, doutrinara as elites é “garantir que tenham as ideias certas e saibam como servir ao poder” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 168). Para Chomsky, os mais instruídos e privilegiados são totalmente servis, portanto, os mais doutrinados.

O pensador faz a ressalva de que, apesar das intenções em esconder os fatos e do empenho em manter certas ações ocultas, há pessoas dos setores que possuem um maior nível de instrução que são capazes de captar os motivos disfarçados, logo, estão conscientes dos níveis de manipulação, acreditam que algo está errado e têm a consciência de que a propaganda está à mercê dos interesses dominantes.

A questão é que este público não absorve e acolhe as mensagens como verdadeiras, no entanto, o que acontece é que ele não se opõe ao sistema, há, portanto, uma submissão, passividade, obediência e subserviência porque, ao invés de reagir, este opta deliberadamente pelo conformismo ou pelo cinismo. Torna-se então peça-chave do esquema de doutrinação. “O sistema doutrinário é realmente poderoso entre os setores com um maior nível de educação. Se essas pessoas não sabem essas coisas, é uma decisão consciente por parte delas não o saber” (CHOMSKY, s.d, p. 56).

---

<sup>8</sup> Necessary Illusions: **Thought Control in Democratic Societies**, Boston: South End Press, 1989. In: <https://zcom.org/necessary-illusions/>. Acesso em 16 mar.2017. Tradução nossa.

Paralelamente à omissão e a displicência de um público que prefere se isentar ou escolhe não se envolver está aquele público que deliberadamente defende a opinião e discurso das elites, de modo que propagam convenientemente as abordagens doutrinárias, num elo conivente e cúmplice ao sistema regido de acordo com o interesse privado. “As obedientes se adaptaram – internalizaram os valores e acreditam no que estão dizendo, senão provavelmente não teriam ido tão longe. Mas também há alguns cínicos consumados” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 159).

A doutrinação acontece por meio das pilhagens linguísticas e das “ilusões necessárias”, que estão em evidência no próximo capítulo. O discurso pomposo e dissimulado é uma arte da propaganda cuja vertente se dá justamente em disfarçar e mascarar os verdadeiros sentidos e significados, através de técnicas, recursos e mecanismos desenvolvidos por estrategistas de propaganda.

Na verdade, normalmente as elites são o segmento mais doutrinado de uma sociedade, porque são elas as mais sujeitas à maior parte da propaganda e efetivamente fazem parte no processo de tomada de decisões [...]. Mas existe também uma mídia de massa, cuja principal função é apenas dar conta do resto da população – marginalizá-la e eliminá-la, para que essas pessoas não venham a interferir na tomada de decisões. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 168).

Para conquistar o apoio ou uma opinião pública congruente aos interesses das grandes corporações, uma das mais certeiras táticas de propaganda observadas por Chomsky é a linguagem utilizada. Ocorrem, predominantemente, pela palavra, as tentativas de controle e manipulação. É por meio dela que se procuram dominar o público e doutriná-lo, construindo e fabricando o espectro e o corolário do discurso elitista.

Nesse formato de propaganda, pela via da doutrinação, esta adquire uma característica folclórica, onde tudo é insinuado como parte de um esquema teatral. Dadas as circunstâncias de sua aplicação, conforme discutimos no decorrer desta tese, o que fica claro é que foram lançadas as bases necessárias para se criar e fabricar um estereótipo evocativo do ódio e do medo.

As palavras não cristalizam sentimentos aleatoriamente. Elas precisam ser faladas por pessoas que estão estrategicamente posicionadas, e precisam ser expressas no momento oportuno. Caso contrário elas são mera brisa. Os símbolos precisam estar marcados. Pois eles mesmos nada significam. (LIPPMANN, 2010, p. 197).

O que há é um sistema de doutrinação maravilhoso porque as ideologias são mais sugeridas do que expostas. Os mascaramentos, as camuflagens e as cortinas de fumaça fazem parte da manipulação sutil e inteligente. Sendo assim, a propaganda ideológica esconde as cartas. “O padrão geral permanece oculto”, e “seu significado geral permanece na obscuridade” (CHOMSKY, 2007a, p. 38).

As mensagens são implícitas e subentendidas, numa forma de controle de pensamentos que tem se revelado o melhor jeito de obliterar a consciência e influenciar mentes e atitudes, além de evitar resultados indesejados e manter as pessoas apáticas, passivas e inertes. A apatia, a inércia e a inação são as atitudes mais esperadas, sendo assim, a propaganda ideológica é uma forma de domesticação e instrumentalização dos cidadãos.

Uma característica essencial da propaganda, como enfatiza Jacques Ellul: o propagandista naturalmente não pode revelar as verdadeiras intenções do principal para quem está agindo. [...] Isso seria submeter os projetos para discussão pública ao escrutínio da opinião pública e, assim, evitar seu sucesso. [...] A propaganda deve servir, ao contrário, como véu para tais projetos, mascarando a verdadeira intenção. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 56).

Os termos “propaganda” e “doutrinação” podem se confundir em Chomsky, e a depender da aplicação e contexto, podem ser tomadas como sinonímias, já que ambas se referem ao sistema de controle ideológico. Todavia, a propaganda abrange um critério maior, incluindo a própria doutrinação. O fenômeno da propaganda possui três variáveis de sentidos complementares na análise de Chomsky, uma delas é a doutrinação junto à minoria informada, as estratégias desviantes para os menos instruídos e a marginalização das ideias dissidentes e subversivas.

O conceito de propaganda ideológica se desdobra nas variáveis da propaganda imperial e da propaganda corporativa, que são, respectivamente, assuntos dos capítulos 3 e 4. O que ambas têm em comum é que não operam apenas no sentido de propagação de doutrinas, já que atuam também pelo silenciamento, pelos disfarces e os mais diversos tipos de desvios para obscurecer a verdade e obnubilar o pensamento. Contudo, há o mesmo propósito final: controlar o juízo público por meio da fabricação de um consenso.

A tentativa de fabricação do consenso/aquiescência ou formação de uma opinião pública favorável aos interesses privados se transforma simbolicamente em uma ‘Fábrica de Controle de Pensamentos’ cujo propósito principal é impedir e obstruir o raciocínio e a reflexão, dessa

forma, não é difícil detectar a existência de um grande esforço para que as coisas não cheguem ao conhecimento das pessoas.

Se dessa forma os poderosos são capazes de determinar as premissas do discurso, de decidir o que à população em geral será permitido ver, ouvir e pensar, e de “gerenciar” a opinião pública por meio de campanhas regulares de propaganda, a visão padrão de como o sistema funciona está seriamente contrária à realidade. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 54).

As estratégias desviantes mantêm a maior parte das pessoas distantes de uma autêntica discussão crítica e racional, sendo que os discursos de resistência e dissidência são neutralizados e achincalhados, além disso, os fatos e até mesmo os verdadeiros sentidos e significados por trás da retórica de propaganda são mantidos ocultos ou na obscuridade.

A indução ao consumismo, a ausência de contrapropaganda, a desinformação pelo excesso ou pelo silenciamento, a distorção e enviesamento de fatos, são fatores decisivos como formas de controle ideológico. Desse modo, a propaganda reforça o conformismo e restringe uma avaliação crítica e racional.

Logo, diametralmente opostos aos cúmplices e dissidentes estão aqueles que são adequadamente domesticados e instrumentalizados. Quanto às camadas menos instruídas, a propaganda se vale das estratégias desviantes, ou seja, recorre a mecanismos e ferramentas para distrair e entreter, isto é, manter a “ralé” fora das decisões da arena pública.

Grande parte da população necessita de maior esforço para, ao menos, perceber e detectar o engano. Não carecem de doutrinação, a ideia é mantê-la isolada e desviar a atenção, principalmente, para que estejam envolvidas em coisas irrelevantes e desimportantes.

Nossa sociedade é muito baseada na elite. Um dos maiores gastos é com o *marketing*. Ele não produz nada, nenhum bem público. Mas é uma forma de manipulação e tapeação. Isso é um esforço para criar carências artificiais, para controlar o modo como as pessoas enxergam as coisas e pensam sobre elas. Muito do *marketing* vem da propaganda ideológica, de ter todo esse lixo jogado em cima de você. (CHOMSKY<sup>9</sup>, p. 71).

As estratégias desviantes são as distrações do entretenimento, os comerciais inseridos nos intervalos das programações, o excesso e a supressão de informações, o incentivo ao consumo, entre outros, difundidos com o intuito de dificultar a reflexão e inibir o pensamento,

---

<sup>9</sup> Idem, *ibidem*.

na medida em que proporcionam a dispersão, a fragmentação e o isolamento do público e ainda provocam um cansaço mental e a obstrução da capacidade de raciocínio.

“Toda a tradição de controle popular vem sendo exatamente isso: manter as pessoas isoladas, porque se puder mantê-las isoladas o suficiente, pode levá-las a acreditar em qualquer coisa. Mas, quando as pessoas se unem, todos os tipos de coisas são possíveis” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 168).

Pessoas devem ser desviadas para ficarem passivas e apáticas. As táticas, técnicas e mecanismos de propaganda são para que não tenham, principalmente, consciência de classe.

Anunciantes não gostam da esfera pública, onde audiências são relativamente pequenas, onde ocorre controvérsias conturbadoras e os cenários não são ideais para a venda de produtos. A preferência desses anunciantes por entretenimento fundamenta a erosão gradativa da esfera pública sob sistemas de mídia comercial [...]. O entretenimento não tem apenas o mérito de vender produtos; ele é um veículo eficaz para mensagens ideológicas ocultas. Além disso, em um sistema de elevada e crescente desigualdade, o entretenimento é o equivalente contemporâneo dos “jogos de circo” romanos, pois desvia o público das questões políticas e ainda gera uma apatia política útil para a preservação do *status quo*. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 19).

Para corroborar com essa variável de propaganda, o pensador evoca o termo “democracia capitalista”, na qual a participação popular está prevista na função de consumidores. Para isso, é preciso:

[...] manipular as pessoas direcionando-as para as “coisas superficiais da vida”, como “o consumo do que está na moda”. Dessa forma, as pessoas podem ser atomizadas, apartadas umas das outras, buscando exclusivamente o ganho pessoal, entretidas e afastadas das perigosas tentativas de pensar por si mesmas e de questionar a autoridade. (CHOMSKY, 2017b, p. 114).

A propaganda atua então para evitar a verdadeira democracia e seus elementos, já que a doutrinação, as distrações e os desvios desvencilham uma população participativa, politizada e engajada, portanto fora das tomadas de decisões. Quanto mais isolado, mais manipulável é o público.

O que resta da democracia é, principalmente, o direito de escolher entre mercadorias. Os líderes empresariais há muito explicaram a necessidade de impor à população a “filosofia da futilidade” e da “falta de propósito na vida”, a “concentrar a atenção do homem nas coisas mais superficiais que abrangem boa parte do consumo moderno”. Iludidas por tal propaganda desde a infância,

as pessoas podem, assim, aceitar suas vidas comandadas e sem sentido e esquecer a ideia ridícula de ter as rédeas na mão. Podem entregar seus destinos aos gestores corporativos e à indústria de relações públicas e, na seara política, às autointituladas “minorias inteligentes” que servem ao poder e o exercem. (CHOMSKY, 2004, p. 143).

Numa era em que impera a concentração de poder privado e os conglomerados multinacionais, a propaganda é empreendida no sentido de fabricar carências, vontades e cidadãos domesticados, impondo necessidades superficiais e artificiais. “Em vez de cidadãos, ela produz consumidores. O que sobra é uma sociedade atomizada, de pessoas sem compromisso, desmoralizadas e socialmente impotentes” (MCCHESENEY, 1998, p. 12).

“Então, o resultado é euforia na infelicidade. A maioria das necessidades comuns de descansar, distrair-se, comportar-se e consumir de acordo com os anúncios, amar e odiar o que os outros amam e odeiam, pertence a essa categoria de falsas necessidades” (MARCUSE, 1982, p. 26).

Dito isso, é possível apontar alguma correlação do argumento de Chomsky com a *Escola de Frankfurt*, mais especificamente com algumas proposições de Herbert Marcuse, quando este discorre a respeito da alienação do indivíduo e a anulação do pensamento crítico por conta das falsas necessidades criadas a tal ponto que o indivíduo acaba por se tornar um autômato incapaz de decidir livremente. “Enquanto eles forem mantidos incapazes de ser autônomos, enquanto forem doutrinados e manipulados (até os seus próprios instintos) a resposta que derem a essa questão não poderá ser tomada por sua” (MARCUSE, 1982, p. 27).

Chomsky complementa com uma contribuição que corresponde a essa ideia:

“Numa sociedade fragmentada e competitiva, os indivíduos não são capazes de descobrir seus verdadeiros interesses nem de agir em sua defesa, exatamente como não são capazes de fazê-lo quando impedidos de se associar livremente por controles autoritários” (CHOMSKY, 2006, p. 34).

Barsky (2004, p. 196) explica que, de acordo com Chomsky e Herman, a tática de isolamento visa somente a um objetivo:

“As pessoas tornam-se muito perigosas quando estão juntas” porque “elas podem ter pensamentos e ideias, apresentá-los na arena pública, e então começam a entrar nessa área à qual não pertencem, influenciando assim os assuntos públicos”, explica Chomsky.

“Contanto que você consiga manter as pessoas isoladas [...] contanto que cada pessoa tenha pensamentos individualmente e ninguém mais saiba que elas têm essa ideia louca, então não é um problema”, corrobora Herman.



Há mais similaridades entre o argumento de Chomsky e Marcuse, no sentido dos efeitos e sintomas que se manifestam na sociedade como resultados do processo de controle e manipulação, entre elas a ideia do conformismo e a submissão, a falsa percepção de liberdade, e a linguagem utilizada como doutrinação. No entanto, é preciso fazer uma dissociação, já que os autores adotam perspectivas diferentes como ponto de partida de suas análises, ainda que obtenham respostas um tanto quanto parecidas.

Chomsky nega<sup>10</sup>, entretanto, qualquer ligação teórica com os *frankfurtianos*, mas Barsky (2004, p. 97), entrega:

Chomsky resiste à sugestão de que foi influenciado pelos membros da Escola de Frankfurt, como Adorno, Fromm, Horkheimer, Lowenthal ou Marcuse. Mas a importância dessas pessoas [...] realmente implicam que a *Escola de Frankfurt* teve pelo menos um efeito indireto no desenvolvimento de Chomsky.

Os críticos da Indústria Cultural preconizavam a própria cultura como autoritária. “Trata-se da produção organizada de uma cultura que apela às emoções e desejos primários dos indivíduos, dirigindo os seus destinatários para um conformismo que conduziria ao apagamento de qualquer voz discordante” (CORREIA, 2011, p. 164).

Em Chomsky, está em voga o espectro institucional da história americana, sendo que seu enquadramento analítico do sistema ideológico e a crítica do poder estão sob as prerrogativas das grandes corporações, que seriam as instituições autoritárias e totalitárias, as quais buscariam, por meio de mecanismos e técnicas de propaganda, o consentimento e a subserviência do público. “São aglomerações de poder imensas, de fato concentrando-se, e de fato transnacionais, que são quase totalmente protegidas do escrutínio público e da participação popular” (MITCHELL E SCHOEFFEL 2005, p. 260).

O conformismo ou a inação como resultado é um efeito curioso que remete ao chamado “Problema de Orwell”, que retomamos no final da tese, como forma de finalmente concluir o raciocínio em face do argumento de Chomsky acerca da propaganda.

É preciso refletir, doravante, a respeito eficácia e eficiência da propaganda em manter o isolamento do público e para a capacidade de domesticação e instrumentalização dos cidadãos, bem como sua aptidão em assegurar que certas pessoas estejam marginalizadas e fora

---

<sup>10</sup> Durante a II Jornada Discente do PPGCom Fac/UnB, em 2018, a professora Rafiza Varão lançou a provocação: “Esse cara é *frankfurtiano*”. Isso nos faz pensar naquele ditado popular anglófono do teste do pato (*duck typing*): “Se parece um pato, nada como um pato e grasna como um pato, então provavelmente é um pato”.

da arena de decisões, para que não venham a influenciar e compelir outras a “perturbar a ordem”.

“O que o sistema tenta fazer é estabelecer os limites do que se pode pensar: quem apoia a doutrina oficial num extremo e os críticos – vigorosos, corajosos e muito admirados por sua independência de julgamento – do outro. Os falcões e os pombos” (CHOMSKY, 2007a, p. 45). Nesta perspectiva, o sistema ideológico só permite concordar ou dissentir.

Aos que captam a manipulação e procuram mobilizar os demais para movimentos de contestação, luta e resistência contra as opressões e as injustiças, a horda de “intrometidos” e “dissidentes comunistas”, a esta gente a propaganda precisou marginalizar, ainda que gradualmente.

## 2.2. A Fantástica Fábrica de Propaganda

Os estudos sob a perspectiva dos efeitos, próprios da *Mass Communication Research*<sup>11</sup>, estão articulados historicamente a épocas de guerra, circunstâncias em que é possível observar com maior intensidade e impacto a influência da propaganda ideológica.

A história norte-americana é repleta de conflitos, e na maioria das vezes a violência e a agressão estiveram presentes. Foi assim na guerra das províncias do norte contra as do sul, na conquista do oeste, em que tribos indígenas inteiras foram dizimadas, e também sempre foi assim na forma como o país lida com seus inimigos externos, como exemplos clássicos, a Guerra do Vietnã e a bomba atômica lançada sobre o Japão ao fim da Segunda Guerra Mundial. Não só a história, mas o próprio cidadão americano exerce uma espécie de “culto à violência”. (PRADO, 2006, p. 27).

Nessa conjuntura, a propaganda age de forma a arregimentar e controlar as opiniões e crenças, sem precisar recorrer à força física, ao contrário do que ocorre nos campos de batalha. Esse potencial da propaganda foi descoberto nas sociedades “livres”, que já não eram capazes de impor o conformismo e a obediência pela violência pura, e encontraram no brilhantismo da propaganda, uma forma de inserir sua vontade sem a necessidade de coerção. As campanhas de

---

<sup>11</sup> Também denominada Pesquisa Norte-Americana, foi desenvolvida entre os anos 1920 e 1960. Entre os principais grupos e abordagens que envolvem a utilização dos meios de comunicação aparecem os estudos sobre os efeitos, a teoria da informação e a corrente funcionalista.

propaganda são os outros meios de influenciar nas sociedades livres, ao contrário dos Estados Totalitários, que impõem suas vontades pela força e violência.

No século XX, mensurar os efeitos da propaganda era motivo de interesse e curiosidade em vários países; nos Estados Unidos a investigação concentrou-se, principalmente, sobre o impacto da propaganda nas atitudes e opiniões das massas. Em torno da vida norte-americana havia um crescente interesse, além de uma ansiedade, pela propaganda e as relações públicas. Havia uma “obsessão” pela propaganda. (SCHUDSON, 2010, p. 168).

Os norte-americanos manifestam um terror especial em relação ao poder da propaganda.

[...] “Indicamos que esse fato é parte de um medo indiscriminado face a um monstro abstrato, em consequência da insegurança quanto à posição social e a valores com frágil sustentação. Neste contexto, a propaganda surge ameaçadoramente” (LAZARFELD e MERTON, 1948, p. 232).

Então não é para menos que os Estados Unidos investem uma vasta quantia em campanhas de propaganda, porque estão cientes da capacidade de influência da doutrinação e dos demais mecanismos e técnicas de controle do juízo popular.

“Olhem: a indústria de relações públicas não gasta bilhões de dólares só por diversão. Fazem isso por determinados motivos, e esses motivos são instalar uma certa imagem e impor certos meios de controle social” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 501).

Desde a fundação das relações públicas, refinados métodos, “para moldar a opinião das massas” foram concebidos e implementados [...]. “Foi o espantoso sucesso da propaganda [...] que abriu os olhos em todos os setores da vida, para as possibilidades de arregimentação da opinião pública” (CHOMSKY, 2002a, p. 61).

A subjugação norte-americana - executada no período que compreende a Guerra Fria, contexto que exploraremos no decorrer desta tese - foi atenuada pela propaganda imperial. As ações da política intervencionista são categorizadas na história oficial e na visão convencional em termos de “benevolência” e “intervenção humanitária”, disfarçando o cinismo exacerbado de um então “idealismo, e moralismo norte-americano”, no qual alegam um caráter de nobreza, ou mera defesa de truísmos morais.

“Temos “ideais nobres” e nos dedicamos à “estabilidade e justiça” [...] que “nosso interesse nos guie, embora sejamos altruístas; que as outras nações tratem de se manter à distância e não tentem nos deter” (CHOMSKY<sup>12</sup> 2004, p. 48).

---

<sup>12</sup> Chomsky cita a fala do presidente dos Estados Unidos de 1913-21, Woodrow Wilson.

O “idealismo wilsoniano” emerge juntamente com a inauguração da propaganda e pressupõe a mesma lógica imperialista da Inglaterra do séc. XVII, de que o comando deveria ser exercido pelos “homens bons”, os autodesignados “homens responsáveis” e “classe especializada” na aplicação estadunidense.

A visão pessoal de Wilson era a de que uma elite de cavalheiros dotados de “ideais elevados” é necessária para preservar a “estabilidade” e a “correção”. É a minoria informada de “homens responsáveis”, que deve controlar a tomada de decisões, explicou Walter Lippman, outro veterano do comitê de propaganda de Wilson. (CHOMSKY, 2012, p. 62).

Essa pequena elite composta pela comunidade intelectual era formada pelos estrategistas de propaganda, uma equipe que criou o *Comitê para Informações ao Público* durante o governo de Woodrow Wilson. “Cabe às “minorias inteligentes” executar essa manipulação das atitudes e opiniões das massas. E essa é realmente a principal doutrina do moderno pensamento liberal-democrata: o de que, se se perdeu o poder de controlar as pessoas pela força, é preciso uma melhor doutrinação” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 35).

Chomsky dedica sua reflexão em compreender os usos e apropriações da propaganda e doutrinação, e o arsenal ideológico desenvolvido e confeccionado por refinadas indústrias de relações públicas, que segundo o pensador, é um esquema arquitetado pelas instituições que fabricam o consenso, numa perspectiva simbólica de uma verdadeira ‘Fábrica de Controle de Pensamentos’, na busca pelo conformismo e consentimento do público.

A consolidação da indústria de relações públicas ou “indústrias da persuasão”, este último um termo adotado por Paulo Serra (2014), se dá no século XX, quando estrategistas, sob encomenda dos poderosos, partiram em busca do “*thought control*”, a “eterna luta pela mente dos homens”.

Lá pela década de 1920, reconheceu-se que os recursos extraordinários deveriam ser destinados à manipulação consciente dos hábitos organizados e opiniões das massas. Temos de arregimentar suas mentes, assim como um exército arregimenta seus corpos. Temos os métodos para isso, e são eles a propaganda ideológica, o entretenimento, a propaganda ideológica politicamente correta na mídia, nas escolas etc. (CHOMSKY, s.d, p. 15).

A chamada “classe especializada” de “homens responsáveis” da indústria de Relações Públicas desenvolveu refinadas técnicas de propaganda para manter a conviência e a anuência,

isto é, uma opinião predominantemente consensual aos interesses das elites que comandam o sistema de poder.

Técnicos encontraram o modelo para manter as massas odiosas fora da arena pública a que não pertencem e, com certeza, fora de qualquer coisa que tenha a ver com o controle do sistema econômico, no qual é impensável o fato de que elas devam ter um papel. Esse controle tem de ficar nas mãos da tirania privada. Isso é inquestionável. (CHOMSKY, s.d, p. 27).

Especialistas na arte da propaganda como Edward Bernays, Harold Lasswell, Walter Lippman, entre outros, encabeçavam ideias elaboradas e produzidas dentro de uma matriz estrutural-funcionalista e/ou behaviorista, em que enalteciam as técnicas inteligentes da propaganda baseadas em sutis estímulos e condicionamentos como forma de doutrinação, o que numa sociedade dita ‘democrática’ e ‘livre’, seria a melhor forma de manipular e controlar atitudes e mentes, sem a necessidade de coerção e força física como acontecia nas sociedades despóticas.

O sucesso dessa propaganda serviu de inspiração a teóricos democratas progressistas e à moderna indústria de relações públicas. Membros importantes do Comitê, como Lippmann e Edward Bernays, nutriam-se de forma bastante explícita das conquistas do controle do pensamento [...]. O termo propaganda tornou-se verbete da Enciclopédia Britânica em 1922 e passou a figurar na *Enciclopédia de Ciências Sociais* uma década mais tarde, com o endosso acadêmico de Harold Lasswell para as novas técnicas de controle mental do povo. (CHOMSKY, 2004, p. 14).

Para Chomsky, a lógica é clara: “a propaganda está para a democracia assim como o cassete está para o Estado Totalitário” (CHOMSKY, 2003b, p. 19).

Os responsáveis pelo controle das opiniões e crenças de nossa sociedade empregam menos força física e mais técnicas de persuasão de massa [...] A preocupação manifesta, no que respeita às funções dos meios de comunicação de massa, baseia-se, em parte, na observação válida de que esses meios assumiram a tarefa de ajustar os públicos de massa ao *status quo* social e econômico. (LAZARSFELD E MERTON, 1948, p. 232).

E para Bernays, que era sobrinho de Freud, a “fabricação do consenso” era a própria “essência da democracia” (CHOMSKY, 2003b, p. 26).

O fato de que a indústria de relações públicas tenha se desenvolvido nas sociedades mais democráticas faz absoluto sentido. Se você é capaz de controlar as pessoas pela força, não é tão importante controlar o que pensam e sentem. Mas se perder a capacidade de controlá-las pela força, torna-se necessário controlar suas atitudes e opiniões. (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 28).

Bernays elaborou o manual da indústria de Relações Públicas em 1920 e foi colaborador do *Comitê para a Informação Pública* do presidente Woodrow Wilson. Ele também foi uma das mentes que arquitetou o *New Deal*.

Autor dos primeiros e mais influentes livros da Indústria de Relações Públicas, conhecido principalmente por seu trabalho realizado nos anos 20, para popularizar o cigarro (especialmente entre mulheres) e, na década de 50, para a *United Fruit Company*, durante a elaboração da propaganda para a derrubada do governo de Arbens, em 1954. (CHOMSKY<sup>13</sup>, 1997).

“Harold Lasswell foi uma das principais personalidades da ciência política moderna, que iniciou sua carreira com pesquisas sobre a propaganda e seus usos no Ocidente” (CHOMSKY, 1996a, p. 111). “E Walter Lippmann foi um importante intelectual progressista, o decano do jornalismo norte-americano, além de um conhecido teórico democrático e comentarista dos negócios públicos” (CHOMSKY, 1996a, p. 112).

Foi durante a administração de Wilson que foi criada a primeira agência estatal de propaganda dos Estados Unidos, a chamada *Comissão Creel* cuja equipe de relações públicas teve o papel de “convencer uma população relutante a participar de uma guerra depois de aterrorizá-la e induzi-la a um fanatismo patriótico” (CHOMSKY, 2003b, p. 12).

A comissão levava o nome de George Creel, um escritor e jornalista que se tornou o primeiro-ministro da propaganda da história norte-americana cujo legado foi sua luta pela mente dos homens, para a conquista de suas convicções para que o evangelho do americanismo possa ser levado a cada canto do mundo. (LIPPMANN, 2010, p. 54).

O presidente Wilson foi descrito como “o grande generalíssimo do *front* da propaganda” por Lasswell (CHOMSKY, 1996a, p.111). E um dos maiores feitos dos estrategistas de

---

<sup>13</sup> In: CHOMSKY, Noam. Consentimento sem consentimento: a teoria e a prática da democracia. **Estud. av.** São Paulo, v. 11, n. 29, p. 259-276, abril de 1997. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40141997000100014&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141997000100014&lng=en&nrm=iso). Acesso em 09 ago. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40141997000100014>

propaganda desse período foi a transformação de uma conjuntura pacífica em uma histeria coletiva.

Esses iriam disseminar a propaganda que engendraram e converter o país pacifista à histeria de tempos de guerra. Aquilo funcionou muito bem. E ensinou uma lição: a propaganda de Estado, quando apoiada pelas classes cultas e quando nenhuma divergência é permitida, pode ter um grande efeito. Foi uma lição aprendida por Hitler e vários outros e tem sido aplicada até o dia de hoje. (CHOMSKY, 2003b, p. 12).

Chomsky vaticina a respeito de uma arma ideológica e sua dimensão simbólica, mais especificamente, uma fórmula de doutrinação difundida, sobretudo, na segunda fase da Guerra Fria, já que “temos de distinguir duas fases: o período da revolução bolchevique até a Segunda Guerra Mundial, e o período de renovação do conflito, do fim da Segunda Guerra até o colapso final da União Soviética” (CHOMSKY, 1996a, p. 54).

Essa fórmula tem suas raízes ainda na primeira fase da Guerra Fria, nas circunstâncias em que fabricaram a “*red scare*”, o “pavor vermelho”. “O governo Wilson reagiu organizando nos Estados Unidos a primeira agência estatal de propaganda, a *Comissão de Informação Pública*. Isso, naturalmente, já é “*orwelliano*”” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 26).

O comitê também serviu para transformar o povo em fanáticos antialemães na década de 30. “Eles ficaram muito impressionados com o seu sucesso em transformar rapidamente uma população pacífica em fanáticos raivosos antigermânicos. Havia uma histeria verdadeira em relação aos alemães. A propaganda foi muito eficiente” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2003, p. 233).

Da análise de Chomsky, extraímos que a tática de propaganda ideológica se deu sob duas vertentes: a propaganda imperial e a propaganda corporativa. A primeira, própria para justificar a política externa em que “no exterior, a contrapartida foi a subversão em larga escala e o terrorismo internacional (não importando qual desses termos se escolhesse para disfarçar a realidade” (CHOMSKY, 2003a, p. 111).

O que ambas tinham em comum era a retórica da “ameaça comunista”, no primeiro caso, especificamente, “a fim de obter aprovação para os programas planejados de rearmamento e intervenção” (CHOMSKY, 2003a, p. 122).

Mas que também foi um modo de “barrar formas inaceitáveis de nacionalismo independente e superar “crises de democracia” dentro do território doméstico inimigo” (CHOMSKY, 2004, p. 22), esta última uma fórmula utilizada pela propaganda corporativa. Era

preciso encontrar meios de superar a “crise”. “Um aspecto de tal crise recebeu até mesmo uma denominação técnica específica, a de “Síndrome do Vietnã” (CHOMSKY, 2003b, p. 30), como vimos anteriormente.

É necessário, como dizia com muito orgulho o *Washington Post* [...], incutir nas pessoas o respeito pelos “valores marciais”. Isso é importante. Se você quer ter uma sociedade violenta que use a força pelo mundo afora para atingir os objetivos de sua elite doméstica, é necessária a devida valorização das virtudes marciais, sem inibições doentias quanto ao uso da violência. Assim é a Síndrome do Vietnã. É preciso superá-la. (CHOMSKY, 2003b, p. 30).

A resistência e a dissidência representavam obstáculos ao ataque aberto, era preciso, então refreá-las e contê-las. As camadas populares devem estar histéricas ou apáticas para não despertarem a temida configuração conhecida como “crise da democracia”.

### 2.3. Fabricação de Inimigos

Uma das táticas mais primárias do controle de mentes e atitudes adotadas pelos estrategistas de propaganda se dá no sentido de induzir o ódio e o medo.

“Você amedronta, aterroriza e intimida a população para que ela se encolha de medo e fique acovardada demais para sair do lugar [...]. Parte-se sempre de uma ofensiva ideológica que inventa um monstro imaginário para depois então fazer uma campanha para esmagá-lo” (CHOMSKY, 2003b, p. 39).

O “pavor vermelho” e a ideologia “anticomunista”, levantados como doutrinação visavam, sobretudo, desviar o medo a outros alvos, já que o verdadeiro temor era o de uma população politizada e engajada em prol dos interesses coletivos e do bem comum. A propaganda ideológica funcionou para estupificar o público e criar uma falsa impressão do que estavam combatendo.

O poder popular sempre causou grandes preocupações neles, que sempre acharam que “democracia demais” é muito perigoso. Tenha-se em mente que os Estados Unidos têm uma longa história de violentíssimos episódios no setor trabalhista em comparação com sociedades semelhantes. O movimento operário havia sido muito forte no passado, mas, já na década de 1920, época em que as coisas não eram diferentes das que vivenciamos nos dias atuais, ele foi praticamente esmagado – em parte pelo medo da Ameaça Vermelha na época do governo de Woodrow Wilson. (CHOMSKY, 2017a, p. 124).



No âmbito interno, a população estava se unindo, organizando e mobilizando, e o movimento operário apresentava cada vez mais força, suscitando entusiastas e adeptos. Essa circunstância exigiu uma forma de contenção popular que ficou conhecida como *Mohawk Valley*<sup>14</sup>.

A criação da Confederação das Organizações Sindicais da Indústria foi a parte mais significativa desse processo e atraiu muitas pessoas. Ela teve um efeito galvanizador em outras espécies de ativismo, juntamente com – supostamente não deveríamos dizer isto hoje – o *Partido Comunista*, que foi a ponta de lança de todo tipo de militância – em prol dos direitos civis, de movimentos político-sociais e assim por diante. (CHOMSKY, 2017a, p. 124).

O mundo dos negócios que começava a se desenvolver se viu ameaçado pelo ativismo popular e pelo avanço de grupos periféricos, e “como atos de violência não estavam funcionando, foram buscar formas mais sofisticadas para minar o movimento operário” (CHOMSKY, 2017a, p. 126).

Os trabalhadores estavam conquistando liberdade em demasia e isso aumentava o “risco da democracia em excesso”, as mulheres também lutavam pelo direito de voto, entre outros. Foi preciso providenciar e articular uma fórmula de propaganda que arruinasse as conquistas desses grupos populares. Adotaram uma retórica de propaganda que ficou arraigada desde então com o intuito de demonizar os trabalhadores, e com isso, iam “atenuando os crimes dos governantes corporativos que administravam a sociedade” (CHOMSKY, s.d, p. 42).

O elemento principal da propaganda ideológica depois da Segunda Guerra Mundial foi a demonização do trabalhador. Antes disso, a principal sacada ainda na década de 1930, foi a “crise da democracia”, um contexto que se repetiria futuramente com as grandes mobilizações de 1960, que desencadearam reações parecidas, com o ressurgimento do mesmo “perigo da democracia”.

A fundação da indústria de relações públicas aconteceu ainda na primeira fase da “crise”. A “crise da democracia” é ativada quando a maior parte da população começa a se desvincular do papel reservado a ela de obediência e passividade e tenta se inserir na arena pública e na tomada de decisões. Nesse caso, surge a necessidade de:

---

<sup>14</sup> A região do vale *Mohawk*, no estado americano de Nova York, é a área em torno do rio *Mohawk*, entre as Montanhas *Adirondack* e as Montanhas *Catskill*. Para mais informações sobre a fórmula de *Mohawk*, ver capítulo 4 e anexo A.

[...] “propor medidas para restabelecer um sistema de doutrinação com a finalidade de controlar a imprensa, de forçar as pessoas a voltarem a ser passivas e apáticas e de fazer com que o tipo “correto” de sociedade se desenvolvesse” (CHOMSKY, 2017a, p. 35).

Foi preciso enfrentar no panorama interno os espíritos impertinentes de insubmissão e desafio, os conhecidos “distúrbios” do comunismo, que combatiam também no contexto externo. Isso demonstrava que “a grande fera ainda estava à espreita, despertando outra vez o “medo da democracia” entre os “homens responsáveis” (CHOMSKY, 2002a, p. 68). Tais circunstâncias acima citadas são retomadas nos capítulos 3 e 4. Na primeira fase da Guerra Fria, identificamos o caráter embrionário dessa fórmula de propaganda.

O que Wilson efetivamente fez foi “nos defender” das duas maneiras óbvias: primeiro, invadindo a Rússia, para tentar impedir esse desafio de ser efetivado e, segundo, dando início ao Perigo Vermelho em seu país [uma campanha de repressão e propaganda do governo dos EUA, em 1919, contra os “comunistas”], a fim de esmagar o perigo de que alguém aqui pudesse atender a esse apelo. As duas coisas eram parte da mesma intervenção, a mesma intervenção “defensiva”. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 65).

O discurso doutrinário elaborado para fazer prosperar a classe empresarial enxerga os movimentos populares como uma “crise da democracia” ou “arma definitiva”, pretextos de propaganda e argumentos retóricos que se referem respectivamente à organização popular e ativismo, e à mobilização, engajamento e intromissão de grupos periféricos na arena política.

#### **2.4. A Instrumentalização dos Cidadãos**

O uso intensivo da propaganda foi primordial para firmar seu compromisso mais claro: controlar a mente da população. Lippmann “dizia que a propaganda era uma “revolução na arte da democracia” e poderia ser usada para “produzir consenso”, ou seja, conseguir a concordância da população para coisas que ela não quer” (CHOMSKY, 2003b, p. 14). É o chamado consentimento sem consentimento. Uma demonstração do brilhantismo da propaganda como forma de controle nos sistemas democráticos.

A opinião pública deveria ser encarada como um produto coletivo. Como tal, não constitui uma opinião unânime com a qual cada membro do público está de acordo, não sendo também forçadamente a opinião da maioria. Ao se constituir em termos de opinião coletiva, pode ser (e em geral é isso que

ocorre) diferente da opinião de qualquer dos grupos do público. Pode-se considerá-la como sendo talvez uma opinião combinada, formada por diversas opiniões sustentadas pelo público; ou melhor, como a tendência central fixada através da competição entre opiniões antagônicas e, em consequência, ela é configurada pela força relativa e pela ação da oposição entre as demais opiniões. Neste processo, a opinião de um grupo minoritário pode exercer uma influência muito maior na elaboração da opinião coletiva do que a visão da maioria do grupo. Sendo um produto coletivo, a opinião pública representa o público como um todo, da forma como vem sendo mobilizado para agir naquela questão, e nesse sentido possibilita a ação em conjunto que não está necessariamente baseada em consenso, em uma relação determinada ou no alinhamento de escolhas individuais. A opinião pública está sempre se dirigindo para uma decisão, mesmo que essa decisão nunca chegue a ser unânime. (BLUMER, 1946, p. 184).

A fabricação do consenso também se dá no sentido de uma reprodução e assimilação do próprio público ao discurso das elites dos setores dominantes. De modo que as “corporações vendem” públicos privilegiados para outras empresas<sup>15</sup>”.

[...] “com um entendimento adequado do conceito de “consentimento”, podemos ver que a implementação da agenda empresarial por cima das objeções do público em geral se dá “com o consentimento dos governados”, uma forma de “consentimento sem consentimento” (CHOMSKY, 2002a, p. 63).

No entanto, grande parte da população encontra-se distraída pelas estratégias desviantes.

Tudo isso é natural numa sociedade governada, num grau incomum, pelos negócios, e que gasta fortunas em *marketing*, um gasto em sua maior parte dedutíveis dos impostos, de modo que as pessoas pagam pelo privilégio de estar sujeitas à manipulação de suas atitudes e seu comportamento. (CHOMSKY, 2002a, p. 66).

A busca por um único espectro de pensamento e opinião e por uma crença internalizada e endossada de acordo com o interesse dos grupos dominantes que comandam a sociedade, são as principais metas da propaganda ideológica. O propósito é um público despolitizado e alheio às decisões públicas.

Se refletirmos sobre essa questão, veremos que a razão pela qual a indústria publicitária – que gasta centenas de milhões de dólares por ano para criar um indivíduo voltado para a satisfação de necessidades artificiais impostas por agentes externos, visando transformá-lo num consumidor desinformado tomando decisões irracionais -, a razão de essa indústria investir recursos

---

<sup>15</sup> Necessary Illusions: **Thought Control in Democratic Societies**, Boston: South End Press, 1989. In: <https://zcomm.org/necessary-illusions/>. Acesso em 16 mar.2017. Tradução nossa.

financeiros gigantescos nisso é porque acreditam que as pessoas são racionais. Do contrário, não se dariam a esse trabalho. Ou seja, vêm despendendo imensos esforços para transformar as pessoas em criaturas irracionais. E estão certos na sua lógica, não estão desperdiçando dinheiro. Se não fizessem isso, as pessoas passariam a tomar decisões racionais e, acredito eu, desmantelariam sistemas de autoridade ilegítima e instituições hierárquicas. (CHOMSKY, 2017a, p. 149).

Chomsky explica que as maquinações podem até persuadir e levar as pessoas a apoiar determinadas ações e políticas que só atendem aos interesses das instituições coercitivas. Mas alerta para o fato de que o que fere a condição da natureza humana de livre escolha na tomada de decisões é sempre algo mecânico e artificial, ou seja, é estranho à natureza humana não notar a manipulação. No entanto, para ele o problema principal não é a cegueira, mas o conformismo e a obediência.

Tal reflexão é necessária porque confronta um paradoxo presente na ambiguidade com que Chomsky se refere à propaganda e à doutrinação. Ele ressalta que o que acontece são tentativas de controle e manipulação, sem necessariamente afirmar que esses resultados são, de fato, alcançados, já que se opõe a qualquer mecanismo ou técnica de condicionamento; ao mesmo tempo, ele aponta ser bem executado o processo de dispersão e isolamento do público que ocasiona no chamado “Problema de Orwell”. Sendo assim, para o pensador, as pessoas são suscetíveis à propaganda.

Chomsky recorre às ideias inauguradoras a respeito da propaganda, mas faz isso para chamar a atenção para algo que não estamos acostumados a notar e a perceber, nem mesmo contestar, por conta dos mecanismos sutis e discretos que são utilizados para controlar o juízo público.

Então,

[...] “você tenta mostrar, especificamente, o abismo que separa as versões padrão do que acontece no mundo daquilo que as evidências dos sentidos e os questionamentos das pessoas lhe indicarão tão logo elas começarem a analisá-las” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2003, p. 223).

Chomsky é cético quanto a qualquer possibilidade de aprisionamento e submissão mental. Para ele, as pessoas possuem a capacidade de ver através do engano, embora demande um amplo esforço sair do engodo por qual estão enredadas. Mas isso é totalmente possível, principalmente, em longo prazo.

O psicanalista Sigmund Freud já alertava quanto à irracionalidade e à agressividade no interior da mente dos indivíduos, condutas estas que deveriam ser controladas para evitar o caos e

a violência. Edward Bernays, seu sobrinho, aplicaria isso às técnicas de propaganda, transferindo e canalizando desejos inconscientes para produtos de consumo como forma de distração.

Seu objetivo desde o início, perfeitamente claro e consciente, foi “controlar o juízo público”, conforme disseram. A razão foi o fato de o juízo público ter sido visto como a maior ameaça às corporações. O poder comercial era forte. O país era muito livre, por padrões corporativos, e era difícil, mas não impossível, solicitar a violência do Estado para esmagar os esforços das pessoas para adquirir liberdade, direitos e justiça, então, por tal motivo, foi reconhecido tardiamente que a propaganda corporativa seria necessária para controlar a mente das pessoas. (CHOMSKY, s.d, p. 11).

Para Lasswell, a propaganda era a melhor forma para exercer uma manipulação perspicaz, consciente e inteligente dos hábitos e opiniões das massas.

Lasswell reconheceu que a propaganda era da maior importância em sociedades mais livres e democráticas, nas quais o público não pode ser mantido na linha pelo chicote. Mantendo-se as normas predominantemente, ele advogava o uso mais sofisticado dessa “nova técnica de controle” do povo em geral, que é uma ameaça à ordem por causa da “ignorância e superstição (...) das massas.” Como explicou na *Encyclopedia of the Social Sciences*, não deveríamos sucumbir aos “dogmatismos democráticos sobre os homens serem os melhores juízes de seus próprios interesses”. Eles não o são; os melhores juízes são as elites – os homens ricos das “nações ricas” de Churchill – e, a quem devem ser assegurados os meios de impor seu desejo, para o bem comum. (CHOMSKY, 1996a, p. 112).

O que se tentava apregoar era a ideia de que o público não possuía a capacidade e o discernimento necessários para participar ativamente da arena pública e da tomada de decisões. Sendo assim, deveria permanecer em seu devido lugar como um espectador da ação e não participante, e deixar o comando nas mãos de uma pequena elite, uma fatia minoritária, a qual estaria na incumbência de gerir os negócios públicos.

[...] “o povo deve ser posto em seu lugar” para que, assim, os “homens responsáveis” possam “viver livres do atropelo e do rugido de um rebanho desnordeado”. Em uma democracia, sustentava Lippmann, esses “estranhos intrometidos e ignorantes” realmente têm uma “função”: ser “espectadores interessados da ação”, mas não “participantes”, emprestando seu peso periodicamente a algum membro da classe dirigente (eleições), então retornando a suas preocupações privadas. Lippmann representa a franja mais progressista da opinião. Na outra ponta reacionária, encontramos “conservadores” não rotulados na ideologia contemporânea, que rejeitam até o papel de espectador. (CHOMSKY, 1996a, p. 112).

Chomsky repudia essa então “nova técnica de controle”, promulgada pela propaganda ideológica, que seria nada mais do que tentativas de iludir, enganar e ludibriar as pessoas, levando-as ao conformismo, ao consentimento e à aquiescência. Para o pensador os “homens responsáveis” são “irresponsáveis” por não serem conhecedores, tampouco especialistas em aspectos que envolvem a natureza ou a mente humana.

Em escritos de caráter político, Chomsky faz, agora, a mesma crítica visando aos sociólogos, psicólogos e outros cientistas sociais, cujo conselho “especializado” os governos buscam: diz que eles “tentam desesperadamente [...] imitar os traços superficiais das ciências que realmente possuem conteúdo intelectual significativo”, esquecendo, nessa tentativa, todos os problemas fundamentais com que se deveriam preocupar e indo procurar refúgio em trivialidades pragmáticas e metodológicas. Chomsky tem convicção de que os seres humanos diferem dos animais e das máquinas e de que essa diferença deve ser respeitada tanto na esfera da ciência quanto na esfera do governo; sobre essa convicção repousam e por ela se unificam a política, a linguística e a filosofia de Chomsky. (LYONS, 1974, p. 16).

A profissão de Relações Públicas foi inaugurada por Ivy Lee, considerado o primeiro agente de relações públicas, cofundador, em 1905, da agência de relações públicas *Parker e Lee*, vindo a alcançar o auge por meio do publicitário Bernays, quando este chegou à conclusão que: “as minorias informadas devem fazer uso contínuo e sistemático da propaganda porque somente elas entendem os processos mentais e os padrões sociais das massas” e podem “manejar os cordões que controlam a opinião pública” (CHOMSKY, 2002a, p. 60).

“As relações públicas se desenvolveram no início do século XX como uma profissão que respondia ao público, recém-definido como irracional, e não analítico; espectador, e não participante; consumidor, e não produtivo, e que ajudava a moldá-lo” (SCHUDSON, 2010, p. 157).

Seu representante de maior destaque, uma espécie de guru do setor, foi Bernays, tendo contribuído para os governos de Wilson, Roosevelt e Kennedy. O país tinha de ser governado pela “minoridade inteligente”, a qual, logicamente, eram eles. Para ele não se podia permitir que as massas tomassem as decisões, pois elas seriam terríveis, método que chamou de “engenharia do consentimento” das massas. Esse é o objetivo das relações públicas. (CHOMSKY, 2017a, p. 142).

Essa fatia minoritária, considerada a classe instruída ou “classe especializada” de “homens responsáveis” diz possuir os recursos necessários para domar o chamado “rebanho confuso” ou

“rebanho desnortado”, também colocado em termos de “horda confusa” e “ralé”, que se trata da fatia majoritária da população.

[...] as elites precisam ter propaganda mais eficaz para controlar a cabeça do público. Esse era o ponto de vista de Walter Lippmann, por exemplo, para mencionar o provável deão dos jornalistas americanos – ele se referiu à população como um “rebanho desnortado”: temos de nos proteger contra “o pisoteamento enfurecido do rebanho desnortado”. E o modo como se faz isso, Lippmann disse, é por meio do que ele chamou de “fabricação da aquiescência” – se não for aceito pela força, há que se fazê-lo por uma calculada “fabricação do consenso”. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 34).

Para que as engrenagens financeiras do poder corporativo possam continuar a operar de modo a privilegiar uma “minoría opulenta” ou “minoría próspera”, o papel da propaganda é o de conquistar apoio e desviar a atenção, bem como incutir o consumo, no sentido de colaborar para manter as pessoas isoladas e, com isso, cooperar em prol de eliminar qualquer possibilidade de perturbação da ordem, de crítica, contestação, dissidência e resistência, conquistando assim, a subserviência, a aquiescência e o consentimento do público, para que a elite não seja incomodada.

A tentativa de controle de crenças e atitudes não se dá apenas em angariar conformismo, obediência e passividade, pois também se busca a assimilação e reprodução de um discurso hipócrita e cínico de conviência em prol das elites dos setores dominantes, numa relação de cumplicidade com o poder privado.

Além de gerar ceticismo, desânimo, desilusão e desesperança quanto a uma perspectiva de melhora e mudança nas condições de vida e no funcionamento das instituições, a propaganda ideológica também está tão interessada na alienação, inação, inércia e outros fatores que impedem a reação e a mobilização popular quanto em marginalizar, solapar e minar movimentos e manifestações populares que reagem e procuram escapar do controle e manipulação.

No topo da hierarquia da doutrinação está aquilo que Chomsky denomina de ‘tiránias privadas’, um sistema financeiro baseado na soberania econômica das grandes corporações, em que as empresas buscam controlar o Estado, os atos governamentais e o juízo público. E é para conter este último que são encomendados os serviços de propaganda, criados por estrategistas e profissionais de relações públicas, para moldar e disseminar a doutrinação em prol das políticas neoliberais.

A comunidade corporativa conta com um sistema de propaganda implacável para manter as pessoas isoladas, fragmentadas e dispersas, sem interferências quanto ao avanço e

fortalecimento do setor empresarial. “O neoliberalismo representa uma época em que as forças empresariais são maiores, mais agressivas e se defrontam com uma oposição menos organizada do que nunca” (MCCHESENEY, 1998, p. 09).

Chomsky chama a atenção para a “eficiência com que o setor empresarial controla a ideologia prevalecente nos Estados Unidos, de como a propaganda e a doutrinação têm sido eficazes, evitando que o povo perceba os seus direitos e entenda a sua história” (CHOMSKY, 1997, p. 52).

Esperamos ter o discernimento necessário para a compreensão de um fenômeno tão presente e determinante em nossas vidas, como é a propaganda. Por meio dela, inverte-se a exploração, que antes o poder econômico realizava de forma mais direta, e, contudo, agora exerce um “padrão mais refinado de exploração psicológica”, como anunciaram Lazarsfeld e Merton (1948, p. 231).

Contrariamente à ideia de influência psíquica, em Chomsky a propaganda é um instrumento de controle ideológico, um terreno repleto de hipocrisia e cinismo, que pode acarretar consequências desastrosas e adquirir proporções espantosas.

## **2.5. O Modelo de Propaganda**

O Modelo de Propaganda foi proposto por Chomsky em coautoria com o economista Edward S. Herman. Esse modelo, que também é conhecido como o esquema dos cinco filtros da notícia, trata-se de uma notável contribuição aos estudos de propaganda e é um dos mais importantes trabalhos sobre a mídia, por vezes classificado como uma teoria da propaganda. “O “Modelo de Propaganda” é uma das teses mais bem confirmadas das ciências sociais” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 37).

Os autores desenvolveram uma investigação sobre as atividades da mídia hegemônica norte-americana. Eles expõem fatos históricos fartamente documentados e revelam um esquema de propaganda cujo papel é disseminar a doutrinação da ideologia dominante, e mostram uma mídia subjugada ao controle e imperativos das elites governamentais e corporativistas. “A mídia nos Estados Unidos serve aos interesses do poder do Estado corporativo, são órgãos de propaganda, como de fato era de esperar que fossem” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 163).



O resultado é a obra “Manufacturing Consent”, publicado em 1988. Na versão brasileira, o título é “A Manipulação do Público”, a qual foi disponibilizada em 2003. Trinta anos após o lançamento da pesquisa, a teoria da propaganda se mostra mais atual do que nunca, com amplo aproveitamento da análise como objeto de estudo e com potencialidade de ser inserido em diversos ecossistemas midiáticos, já que “as mudanças na política e nas comunicações [...] tendem, em média, a intensificar a aplicabilidade do modelo de propaganda” (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 18). É um embasamento teórico tão bem fundamentado que continua plausível como forma de entender e compreender assuntos de mídia e propaganda, o que garante o rigor e a sustentação da teorização.

O modelo de propaganda expõe a engrenagem por trás da propaganda ideológica, ou seja, o pano de fundo do chamado ‘viés sistêmico’, na medida em que a mídia hegemônica produz propaganda fazendo uso de determinados filtros para forjar informações e fatos de acordo com os interesses do espectro de poder em que está subordinada, e esta sempre agirá guiada por certos interesses, que via de regra, geralmente são os mesmos das elites que a financiam, o que faz dela subserviente e conivente para com ações e propósitos das elites dos setores dominantes.

O que Ed Herman e eu chamamos de “Modelo de Propaganda” em nosso livro sobre a mídia [*Manufacturing Consent*] é apenas uma espécie de truísmo – ele diz apenas que se espera que as instituições atendam a seus próprios interesses, porque, se não o fizessem, não conseguiriam funcionar por muito tempo. Portanto, acho que o “Modelo de Propaganda” é útil basicamente como instrumento para nos ajudar a pensar sobre a mídia – na realidade, não é muito mais profundo que isso. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 32).

Quando há um acatamento dos profissionais de mídia pela ideologia das elites, esta já não é imposta, pois as ideias acabam sendo internalizadas e naturalizadas, e tendo uma visão similar, a mídia passa a atuar como promotora de propaganda. “Seria de esperar que as corporações da mídia *servissem* a uma função de propaganda em uma sociedade dominada pelos negócios empresariais, como a nossa” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 35, grifo deles).

As estruturas ou instituições, sob influência financeira dos setores dominantes, tornam-se coniventes entre si, compartilhando pensamentos e valores compatíveis com os interesses privados de uma minoria.

A dominação da mídia pela elite e a marginalização dos dissidentes resultantes da operação desses filtros ocorre tão naturalmente que o pessoal da mídia de notícias, frequentemente atuando com completa integridade e boa vontade, é capaz de se convencer de que escolhe e interpreta “objetivamente” as notícias com base nos valores profissionais dessas notícias. Eles, dentro dos limites das restrições dos filtros, frequentemente são objetivos; as restrições são tão poderosas, e inculcadas no sistema de uma forma tão fundamental, que bases alternativas de opções de notícias dificilmente são imagináveis. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 62).

O modelo de propaganda é uma análise institucional da mídia, mais especificamente da grande mídia, nomeadamente mídia hegemônica, mídia “formadora de agendas” ou mídia de elite. Os autores investigam questões de posicionamento, centralização e seleção de temas, comportamento, decisões, como também o processo de funcionamento das estruturas e forças de mercado que influenciam nas escolhas; tudo muito bem ilustrado, fundamentado e categorizado em cinco grandes filtros da notícia.

O modelo de propaganda traça as rotas pelos quais o dinheiro e o poder são capazes de filtrar as notícias adequadas para serem impressas, marginaliza as opiniões contrárias e permite que o governo e os interesses privados dominantes transmitam suas mensagens ao público. Os ingredientes essenciais do nosso modelo de propaganda, ou conjunto de “filtros de notícias”, podem ser classificados conforme os seguintes itens: (1) o porte, a concentração da propriedade, a fortuna dos proprietários e a orientação para o lucro das empresas que dominam a mídia de massa; (2) a propaganda como principal fonte de recursos da mídia de massa; (3) a dependência da mídia de informações fornecidas pelo governo, por empresas e por “especialistas” financiados e aprovados por essas fontes primárias e agentes do poder; (4) a bateria de reações negativas (em inglês, *flak*) como forma de disciplinar a mídia, e **(5) o “anticomunismo” como religião nacional e mecanismo de controle**. Esses elementos interagem entre si e se reforçam mutuamente. A matéria-prima das notícias deve passar através de sucessivos filtros, resultando apenas o resíduo alvejado e adequado para divulgação. Tais elementos estabelecem as premissas do discurso e da interpretação e explicam a base e as operações daquilo que as campanhas de propaganda significam. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p.62, grifo nosso).

É importante ressaltar que é o quinto filtro que será proeminente nesta tese, que elegemos como o filtro fatídico, já que é uma fórmula de doutrinação que carrega consigo um dos maiores apelos midiáticos, um pacote ideológico de grande força. É considerado, em nossa concepção, um dos mais eficazes e eficientes instrumentos de propaganda, por tratar-se de uma das retóricas mais astutas, ardilosas e audaciosas no processo de doutrinação.

A principal lógica que o rege é: “Temos de lutar como se estivéssemos em guerra para impedir que essa coisa monstruosa destrua tudo com uma perfeição absoluta e tenha magnificência para vencer” (CHOMSKY, s.d., p. 77). Essa coisa monstruosa tratava-se da “ameaça comunista”.

Os filtros, de uma forma geral, revelam que a mídia não é independente, mas sim, tendenciosa e parcial, na medida em que reflete o mundo sob a ótica dos poderosos, e seu discurso será sempre enviesado, pois está programada de forma a favorecer a opinião das elites que a controlam e sustentam. “Uma vez que os meios de comunicação são financiados pelos grandes interesses econômicos, gerados no sistema econômico-social vigente, eles contribuem para a manutenção desse sistema” (LAZARFELD e MERTON, 1948, p. 242).

O papel de propaganda desempenhado pela mídia é determinante para o sucesso da doutrinação ou fabricação da opinião pública, no sentido de que seu agendamento é totalmente voltado para a relação de dependência para com os interesses dominantes, pois sendo também um negócio, uma empresa ou organização comercial, em um ambiente de concorrência e competitividade, necessita de anúncios e serviços de financiamento para garantir sua sobrevivência.

Desse modo, as coberturas, os agendamentos e os enquadramentos serão convenientes aos interesses dos poderosos, bem como a tendência à omissão, supressão, distorção e até ocultação diante de determinados acontecimentos. Chomsky e Herman apresentam, por meio de estudos de caso, a discrepância no tratamento de eventos que envolviam a participação direta ou indireta dos EUA - e que deveriam ser mantidos fora do conhecimento das pessoas - em relação àqueles que afrontavam e enfrentavam os desígnios imperialistas.

Examinamos detalhadamente exemplos históricos cruciais. Estudamos o tratamento dado pela mídia a exemplos cuidadosamente combinados, isto é, a história não constrói para você experimentações controladas, mas há um monte de acontecimentos históricos que mais ou menos combinam, e é possível comparar como a mídia os tratou. Portanto, examinamos a cobertura da mídia de atrocidades cometidas por Estados inimigos e a comparamos com a cobertura de atrocidades de aproximadamente a mesma escala, mas pelas quais os EUA eram responsáveis. Comparamos com a cobertura de eleições em Estados inimigos e em Estados nossos clientes. Examinamos o tratamento de problemas de liberdade de imprensa em inimigos oficiais e em Estados clientes. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 36).

A mídia de elite, baseada no modelo de propaganda, opta deliberadamente por esconder as verdades ou simplesmente enviesá-las e distorcê-las. O sigilo, os disfarces, os

mascamientos dos fatos funcionam como desvios e distrações de forma a encobrir e ocultar determinados fatos e acontecimentos. “Há uma campanha de propaganda imensa para manter os fatos fora do conhecimento das pessoas” (CHOMSKY, s.d, p. 82).

Por isso, o público acaba tendo acesso a um conteúdo muito limitado por conta dessas barreiras, o que requer um amplo empenho de sua parte caso deseje se inteirar da verdade dos fatos e acontecimentos, detectar a manipulação e enxergar além do véu ideológico e da cortina de fumaça. Há um esforço de propaganda em obscurecer a verdade e manter tudo encoberto.

“É muito importante para as instituições de poder concentrado manter as pessoas sozinhas e isoladas: desse modo elas ficam ineficazes, não podem se defender contra a doutrinação, não podem nem entender o que pensam” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 244).

As guerras são as circunstâncias que embasam o estudo dos autores, no sentido de que os conflitos permeiam a investigação, já que a propaganda ideológica, bem como suas ramificações imperial e corporativa, está totalmente interligada à política externa imperialista e intervencionista dos Estados Unidos. Chomsky ainda dá continuidade a isso, para além do modelo de propaganda.

Na perspectiva de Chomsky e Herman (2003, p. 92), em se tratando de guerra, as “campanhas de propaganda não serão mobilizadas quando a mortandade, mesmo que maciça, sustentada e drástica, não passar no teste de utilidade para os interesses da elite”. Sendo assim, “os *media* recusaram simplesmente a investigar os fatos ou relatar o que sabiam”. Foi assim “com a destruição das sociedades camponesas do norte do Laos, do Camboja e do Vietnã do Sul, entre muitos outros casos<sup>16</sup>”.

A propaganda pode ser explícita ou silenciosa. Quando você silencia sobre seus próprios crimes, isso também é propaganda. E o motivo da propaganda, dos dois tipos, é que as pessoas realmente se preocupam, e, se descobrirem o que está acontecendo, não permitirão que prossiga. (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 97).

A desigual forma de atenção dada às vítimas tidas como importantes ou merecedoras e desimportantes ou não merecedoras estava ligada ao modo de envolvimento dos EUA nos

---

<sup>16</sup> Necessary Illusions: **Thought Control in Democratic Societies**, Boston: South End Press, 1989. In: <https://zcomm.org/necessary-illusions/>. Acesso em 16 mar.2017. Tradução nossa.

conflitos, se a agressão era direcionada a um país inimigo ou a um país aliado, desta forma, os relatos apresentavam dois pesos e duas medidas.

A indiferença em relação às atrocidades, ou apoio a elas, converteu-se em indignação extrema em relação às atrocidades dirigidas aos inocentes clientes dos Estados Unidos. Essas, realmente, eram revoltantes. A visão seletiva, contudo, fala por si só, principalmente em função de suas profundas raízes na cultura e história dos conquistadores. (CHOMSKY, 2004, p. 188).

Portanto, haviam os “banhos de sangue –*bloodbath*- benignos, benéficos e construtivos” e os “banhos de sangue nefastos”, como também existiam os “holocaustos politicamente corretos”. Isso nos remete à situação dialógica do pensar ou a lógica de duplo pensamento de George Orwell<sup>17</sup>: as transgressões dos inimigos são amplamente condenadas, enquanto as próprias e de seus aliados simplesmente ignoradas.

Os Estados Unidos e seus sócios facilmente toleram os crimes de atrocidade ou os cometem diretamente se, dessa maneira, os interesses dos homens ricos forem atendidos. As atrocidades se tornam criminosas quando mexem com esses interesses; de outro modo, causam pouco comentário. (CHOMSKY, 1996a, p. 55).

Destarte, “é quando eles fazem alguma coisa contra nós que é o fim do mundo. Agora, se nós a fazemos contra eles, é perfeitamente normal; por que haveríamos sequer de falar nisso” (CHOMSKY, 2005, p. 25). De acordo com o pensador (2017b, p. 262, grifo do autor), há uma exclusão de “*nosso*s crimes contra eles – estes últimos não são crimes, mas sim uma nobre defesa dos mais elevados valores, às vezes inadvertidamente falhos”.

Chomsky denuncia o Estado terrorista e os crimes perpetrados pelos Estados Unidos, mas faz um adendo: “Os Estados Unidos têm se portado como qualquer outra potência. Acontece que os Estados Unidos são mais poderosos e, portanto, como seria de se esperar, são mais violentos” (CHOMSKY, 2005, p. 154).

Sempre atento às cenas internacionais, Chomsky teve um interesse especial em observar “o estabelecimento e o apoio a Estados de Segurança Nacional neonazistas na América Latina desde o início dos anos 60; a chacina e a destruição na América Central nos anos 80; e muitas outras façanhas idênticas” (CHOMSKY, 1996a, p. 61).

---

<sup>17</sup> George Orwell é o pseudônimo literário de Eric Arthur Blair (1903-50), um escritor britânico do século XX.

Ressalta as contradições da retórica de propaganda e seu papel na fabricação de um “sistema de crenças baseado no “idealismo, e moralismo norte-americano”, do qual os Estados Unidos são os benfeitores da humanidade, historicamente comprometidos com a liberdade, a autodeterminação e os direitos humanos” (CHOMSKY, 2007a, p. 43).

As campanhas de propaganda procuram influenciar e reforçar crenças e atitudes e direcionar o medo a alvos previamente determinados, suscitar frenéticos acessos de fúria contra inimigos estipulados e eleitos pela propaganda como supostos culpados pelas crises e problemas socioeconômicos e demais frustrações que permeiam a vida em sociedade. “É preciso doutriná-los ou desviar sua atenção, tarefa esta que requer esforços incessantes. Os meios são muitos; gerar medo de um inimigo ameaçador sempre foi uma ferramenta poderosa nesse kit” (CHOMSKY, 2003a, p. 145).

Desviam, assim, a atenção das verdadeiras causas das desigualdades, injustiças e calamidades. A doutrinação atua no sentido de despolitizar, domesticar, alienar e estupidificar o público, além de criar um clima de insegurança e medo em nome de uma suposta autodefesa para a manutenção da ordem e da paz.

Acreditamos haver grandes possibilidades, a partir das análises de Chomsky, de observar a retórica da propaganda a serviço do poder e seus atenuantes semânticos utilizados para reforçar uma configuração popular apática, passiva e obediente, de mente e consciência obnubiladas.

### 3. QUEM MANDA? QUEM OBEDECE?

“Os ‘amos da humanidade’ da humanidade farão o que tiverem que fazer a fim de atingirem a ‘máxima vil’: para nós tudo, e nada para mais ninguém” (Adam Smith).

Chomsky reverbera as ações perpetradas pelo país mais poderoso do mundo - sustentadas por uma ferrenha propaganda de argumentos tortuosos – e os métodos utilizados como forma de expandir e integrar um sistema financeiro lastreado pelas grandes corporações, portanto, revela uma articulação “construída pelos setores privilegiados da sociedade global, com os poderes estatal e privado norte-americanos na liderança (CHOMSKY, 1996a, p. 73).

Com um discurso anti-imperialista, o pensador<sup>18</sup> denuncia “o poder dos EUA através da subversão, terrorismo internacional e agressão, e a *Doutrina Reagan*, que a propaganda caracterizava como a defesa vigorosa da democracia em todo o mundo”. Neste capítulo observamos, sobretudo, o papel da propaganda imperial na fabricação de pseudoverdades e consensos e a busca por legitimar um conjunto de práticas criminosas.

Nas próximas páginas nos debruçamos em descrever como se deu a imposição de uma ordem geopolítica baseada em princípios políticos e econômicos da qual os Estados Unidos despontaram no papel de “gestor do mundo”, encarregados numa missão de emissários de preceitos como “democracia” e “livre mercado”.

Circunscrita a este âmbito analítico, argumentamos como a Guerra Fria representou o embate entre o “comunismo” e o chamado “mundo livre”, pela manutenção do *establishment*, atrelada a uma fórmula de doutrinação que se revelou um eficiente mecanismo para controlar pensamentos.

Discorreremos acerca de um filtro configurado, sobretudo, neste contexto histórico, a partir do argumento de Chomsky acerca de um discurso e retórica ideais para reafirmar o compromisso dos EUA na manutenção da ordem conservadora no mundo, numa conjuntura que abriu caminho para o avanço e expansão de investimentos estrangeiros altamente

---

<sup>18</sup> Necessary Illusions: **Thought Control in Democratic Societies**, Boston: South End Press, 1989. In: <https://zcomm.org/necessary-illusions/>. Acesso em 16 mar.2017. Tradução nossa.

lucrativos, fazendo prosperar, mormente, a classe empresarial, num esquema de correlação de poderes entre a política imperialista e o setor privado.

[...] os Estados Unidos tinham o compromisso de restabelecer a ordem conservadora tradicional. Para atingir esse objetivo, era preciso destruir a resistência antifascista, muitas vezes em favor de colaboradores nazistas e fascistas, debilitar os sindicatos e outras organizações populares, e barrar a ameaça da democracia radical e das reformas sociais, que eram alternativas viáveis nas condições da época. (CHOMSKY, 2003a, p. 415).

O apoio ao fascismo externamente era considerado um “mal menor” sob a retórica de combate ao “comunismo”, este último apregoado como o “mal maior”.

As atrocidades fascistas eram legítimas porque bloqueavam a ameaça de uma segunda Rússia. Hitler recebeu apoio como um moderado pelas mesmas razões. Em 1937, o Departamento de Estado viu o fascismo como uma reação natural "das classes rica e média, em autodefesa", quando as "massas insatisfeitas, com o exemplo da Revolução Russa a sua frente, voam para a esquerda". O nazismo e o fascismo em outros lugares, por esse motivo, "devem prosperar, ou as massas, dessa vez reforçadas pela desilusão das classes médias, irão novamente se voltar para a esquerda. (CHOMSKY, 1996a, p. 59).

Campanhas de propaganda buscavam minar a resistência antifascista, bem como promoviam a repressão a sindicatos, a movimentos e organizações populares. Em suma, havia um imenso esforço para solapar e atravancar a democracia.

O apoio à democracia é a província dos ideólogos e propagandistas. No mundo real, a aversão que a elite sente pela democracia é a norma. Há provas avassaladoras de que a democracia só é apoiada à medida que é capaz de contribuir para objetivos sociais e econômicos. (CHOMSKY, 2017b, p. 64).

Grande parte da política intervencionista empreendida no Terceiro Mundo<sup>19</sup> sob o pretexto da Guerra Fria foi explorada no período Reagan (1981/89), âmbito em que Chomsky credita o criatório de fórmulas fáceis para justificar ações criminosas e a intensificação de um efeito ideológico sem precedentes no acirramento do fervor anticomunista, um verdadeiro frenesi.

---

<sup>19</sup> Expressão utilizada durante a Guerra Fria para classificar os países não alinhados às superpotências do contexto da disputa. Atualmente refere-se aos países em desenvolvimento.



A Guerra Fria, na concepção de Chomsky, foi uma forma de deter a ameaça à política exterior norte-americana sob a justificativa de autodefesa e combate a uma ameaça externa à segurança dos EUA, uma grande farsa, já que não havia páreo ao poderio norte-americano. “Qualquer coisa que se quisesse fazer era só berrar Guerra Fria” (CHOMSKY, s.d., p. 78).

No entanto, para retratar o inimigo como uma ameaça à sobrevivência dos EUA, e mesmo levar a sério essa prerrogativa, exige uma certa dose de talento, de modo que o discurso mais efetivo foi designar “a vítima como agente da União Soviética, para que a atacemos em legítima defesa” (CHOMSKY, 2003a. p. 123).

O simulacro de ameaças lançado pela propaganda nesse período foi suficiente para articular um discurso de “ameaça global” por conta de uma provável “conspiração Kremlin”, uma verdadeira arma ideológica de uma fábula que se repete de tempos em tempos, conforme a conveniência, configurada quando ressurgue, a partir de um novo vocabulário e novas terminologias, mas mantendo em essência o velho e conhecido fantasma da *Red Scare*, a “ameaça vermelha”.

A retórica altissonante de uma “ameaça soviética” desmoronou juntamente com os escombros do Muro de Berlim em 1989, embora o “fantasma comunista”, com seus devaneios e inquietações ainda seja capaz de fustigar a opinião pública, numa espécie de ameaça simbólica intermitente concretizada pelo permanente “anacronismo da Guerra Fria”.

Essa ideologia ajuda a mobilizar a população contra um inimigo comum, e como o conceito é obscuro, pode ser utilizado contra qualquer um que defenda políticas que ameacem os interesses de proprietários ou apoie a acomodação com países comunistas e com o radicalismo. Dessa forma, tal ideologia ajuda a fragmentar a esquerda e os movimentos trabalhistas e serve como mecanismo de controle político. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 88).

A extinção da URSS fez emergir a necessidade imediata da “descoberta de novos satãs: “Estados tratantes”, “fundamentalismo islâmico”, a “crescente sofisticação tecnológica” do Terceiro Mundo etc” (CHOMSKY, 1996a, p. 160). A propaganda bradava sobre os perigos de uma então “colossal artilharia, sofisticadas defesas, armas químicas e outras capacidades exóticas, mais tarde reconhecidas como falsificações ” (CHOMSKY, 1996a, p. 122).

Urgia, então, reorganizar o simulacro de ameaças “para substituir a “ameaça comunista” na medida em que a Guerra Fria desaparecia, juntamente com o sistema de propaganda nela baseado” (CHOMSKY, 1996a, p. 75).

Dessa vez foi preciso mobilizar apoio para uma nova fase de operações terroristas, agora sob a artimanha do combate ao narcotráfico e às guerrilhas. O primeiro motivo era um mito, nas palavras de Chomsky, e o segundo uma verdade parcial. Os EUA trabalhavam em conjunto com os “senhores das drogas” e com o crime organizado, patrocinando o terror e a intimidação, e a propaganda imperial servindo aos propósitos de manter o simulacro constante de ameaças à segurança, uma estratégia essencial para alimentar o sistema de financiamento das grandes indústrias.

Essa é a lógica que dá aval para a “vasta transferência de fundos públicos ao poder privado, geralmente sob a tradicional máscara de “segurança” (CHOMSKY, 2002a, p. 77). Chomsky exprime que os EUA “venceram a Guerra Fria”, ao ficarem livres para exercer sua vontade no resto do mundo, sem a interferência soviética” (CHOMSKY, 2003a, p. 137).

Assim se garantia a “estabilidade”, o devido controle e o acesso livre aos mercados aos EUA e seus clientes. “A imposição de ditaduras assassinas em boa parte do mundo, sempre no intuito de assegurar a “estabilidade” e o controle de recursos vitais” (CHOMSKY, 2009, p. 134).

O “negócio da droga” também foi elemento crucial do exercício do poder político e econômico na América Latina.

Após a ameaça da Guerra Fria, como arma ideológica, há uma busca quase que desesperada por alguma outra coisa: terrorismo internacional, árabes, loucos, narcotraficantes hispânicos ou qualquer outra coisa da qual tenhamos que nos defender. Senão, como vamos controlar as pessoas? Crimes domésticos? A maioria deles são fabricados. É também preciso fabricar inimigos que sejam odiados pelas pessoas. Mas um inimigo estrangeiro é muito melhor. (CHOMSKY, s.d., p. 79).

Durante a era Reagan foi criada a segunda<sup>20</sup> mais influente agência de propaganda: o *Gabinete de Diplomacia Pública* “para fabricar aquiescência e consentimento à sua política homicida na América Central” (CHOMSKY, 2004, p. 14).

O governo Reagan desenvolveu o mais requintado aparelho de agitação e propaganda da história norte-americana – seu *Serviço de Diplomacia Pública*, uma de cujas grandes metas era “demonizar os sandinistas” e organizar apoio aos Estados Terroristas da América Central. Essa mobilização do poder estatal

---

<sup>20</sup> [...] “não foi a primeira da história dos EUA, mas a segunda; a primeira ocorreu durante o governo Wilson, em 1917. Mas essa foi muito maior, de muito mais alcance, um importante esforço para a doutrinação do público” (MITCHELL e SCHOEFFEL, 2005, p. 17).

para controlar a mente do público era ilegal, como observou, irrelevantemente, uma crítica do Congresso, mas foi inteiramente compatível com a defesa de um Estado poderoso e intrusivo, que é uma doutrina fundamental do chamado “conservadorismo”. (CHOMSKY, 2003a, p. 106).

Nesse contexto foram dedicados grandes esforços para uma política agressiva da chamada primeira fase da “Guerra ao Terrorismo”, decidida a transformar o inimigo no próprio “demônio”, apoiada então numa retórica doutrinária de combate aos “Estados Terroristas”.

Segundo Chomsky (1998a, p. 107) o conceito de “Terrorismo internacional” é:

[...] elemento central do sistema de doutrinação norte-americano para controlar a população. Para isto, é preciso amedrontá-la; e o centro do sistema ideológico [...] consiste em que necessitamos de mais armas, mais mísseis, uma questão do padrão de vida e coisas desse tipo para nos defender do terrorismo internacional.

Chomsky (1996b, p. 126) expõe que os métodos utilizados pelos EUA estavam circunscritos ao “terror clandestino, mantido oculto da população interna, ou à demolição “rápida e fulminante” de “inimigos muito mais fracos”, após uma enorme campanha de propaganda, expondo-os como monstros de poder indescritível”.

A lógica de propaganda apregoava coisas do tipo: “Devemos reconhecer que "os sandinistas são comunistas da escola cubana ou soviética" e "uma séria ameaça - à paz civil e à democracia na Nicarágua e à estabilidade e segurança da região". Temos de "conter ... o impulso agressivo dos sandinistas<sup>21</sup>. ”

Chomsky condena, sobretudo, o fato de os EUA não acatarem ordens firmadas por acordos internacionais, e considerarem somente seus próprios interesses.

Os EUA são o único país que já foi condenado pela Corte Mundial por terrorismo internacional – ou por “uso ilegal da força” com objetivos políticos – e a sentença ordenou-lhes que pusessem fim a tal prática criminosa e pagassem substanciais reparações por conta dela. Os EUA, é claro, não levaram em consideração o julgamento da Corte Mundial e chegaram a desdenhá-lo, reagindo com um recrudescimento da escalada de terrorismo e vetando a resolução do Conselho de Segurança que conclamava todos os Estados a obedecer às leis internacionais. (CHOMSKY, 2002b, p. 97).

---

<sup>21</sup> Necessary Illusions: **Thought Control in Democratic Societies**, Boston: South End Press, 1989. In: <https://zcomm.org/necessary-illusions/>. Acesso em 16 mar.2017. Tradução nossa.

E a crítica de Chomsky se dirige, acima de tudo, aos que são coniventes e subservientes a essas ações criminosas. A fabricação do consenso só é possível em razão da relação de conformismo e cumplicidade de uma grande parcela da sociedade às arbitrariedades do poder, por questões de dominação e interesse pessoal. A classe instruída, os intelectuais, os denominados “novos mandarins” por Chomsky, possuem uma enorme parcela de culpa por “lavarem as mãos” diante dos abusos do poder. Há um solene desdém e até mesmo uma postura covarde diante dos disfarces, distorções, mascaramentos e mentiras.

Desde que engajou como ativista político, Chomsky se dedica a repelir o posicionamento de grande parte da elite intelectual, mais especificamente “o grau de conivência entre intelectuais a normas políticas do Estado, mesmo quando elas são claramente opressoras, violentas ou ilegais” (BARKSKY, 2004, p. 201). Chomsky repudia essa fervorosa lealdade e vergonhosa exibição de servilismo ao poder imperial.

Para o pensador, o cerne no qual está imbricado o sistema institucional se baseia na busca pelo prestígio e poder, então essas seriam as prioridades, de forma compactuada aos interesses dos setores dominantes.

E há ainda o alto nível de doutrinação a que é submetida a classe instruída. Ele alerta quanto às consequências de se ter uma classe intelectual extremamente subserviente, a qual esta se torna cúmplice tanto do apagamento e ocultação de fatos, bem como em relação ao negacionismo e revisionismo histórico.

Os setores dominantes têm “contado com um sistema de propaganda para negar as verdades” (CHOMSKY, 1996c, p. 25). Isso repercute em um discurso de negação sistemática da realidade.

Muito antes de George Orwell, já se sabia que é preciso reprimir a memória. Não apenas a memória, mas a consciência do que acontece à nossa volta precisa ser reprimida, porque se o público chegar a compreender o que está sendo feito em seu nome, provavelmente não permitirá. Esse é o principal motivo para a existência da propaganda. De outra forma, ela não teria razão de ser [...] os sistemas de poder jamais dizem a verdade porque simplesmente não confiam no público. (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 95).

Chomsky faz um apelo aos intelectuais, para que tenham responsabilidade e que não sejam displicentes, e que façam jus de suas oportunidades, privilégios e sua influência na sociedade, vindo a denunciar, condenar e combater a opressão, ao invés de simplesmente silenciarem ou se submeterem.

“Ora, evidentemente é extremamente fácil dizer: “Para o diabo – vou só me adaptar às estruturas de poder e autoridade e fazer o máximo que eu puder dentro delas.” Claro, é possível fazer isso. Mas isso não é agir como uma pessoa decente” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 470).

No entendimento de Chomsky, um dos maiores desafios é pensar fora da propaganda, que procura domesticar o pensamento, instrumentalizar os cidadãos e fabricar os consensos pertinentes e convenientes aos interesses dominantes.

Consequentemente, a obrigação vital dos estudiosos e intelectuais públicos é descobrir e divulgar fatos que são de difícil acesso do público, e usar esses fatos para testar afirmações, *slogans*, trivialidades, piedade e políticas de elites e seus subordinados. Em resumo, a pesada responsabilidade dos intelectuais é “falar a verdade e expor a mentira”. (BABE, 2015, p. 275, tradução nossa).

Para Chomsky, a grande maioria contribui para legitimar uma política de agressão perpetrada pelo império norte-americano e a doutrina básica da religião do Estado apregoa que “os Estados Unidos são benevolentes, embora às vezes tomem caminhos errados, levados por sua inocência, e lutam para permitir a livre-escolha, embora às vezes sejam cometidos alguns erros na exuberância de seus programas de boa vontade internacional” (CHOMSKY, 2007a, p. 47).

Segundo o pensador, o mais surpreendente e estarrecedor nisso tudo, “é a fácil aceitação da doutrina de que temos o direito de usar nosso poder de modo arbitrário para chegar aos nossos fins, e que o que finalizamos por meio da violência e da estrangulação é “justo” (CHOMSKY, 1996a, p. 67).

E se encabula com a explicação audaciosa e cínica amplamente aceita para justificar as negociatas de guerra: “um corolário útil é que os problemas enfrentados pelas vítimas de nossas depredações – vietnamitas, cubanos, nicaraguenses e uma multidão de outros – são culpa delas mesmas” (CHOMSKY, 1996a, p. 12).

Em 1994, Clinton ampliou a categoria dos “Estados terroristas” para incluir os “Estados bandidos”. Poucos anos depois outro conceito foi acrescentado ao repertório: “Estados fracassados”, dos quais devemos nos proteger e que, às vezes, devemos ajudar, devastando-os. (CHOMSKY, 2009, p. 125).

Tal concepção é baseada na lógica do neoliberalismo cujos ditames estão ancorados nos princípios da hostilidade, da competição e da meritocracia, no qual o sistema exclui e pune

aqueles considerados perdedores e fracassados. Portanto, os que contrariarem o esquema de dominação do poder concentrado serão combatidos, independentemente de a Guerra Fria ter terminado.

A autoridade delegada aos EUA como paladino da justiça e árbitro da democracia sob as prerrogativas de manutenção da paz, dos direitos e garantias fundamentais é demasiada incoerente, já que as ações são contraproducentes à retórica de propaganda. “Durante os anos 1980 os EUA foram o principal fator de bloqueio dos dois mais importantes processos de paz internacionais, um na América Central e outro no Oriente Médio” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 69).

Suas políticas são norteadas por uma missão agressiva e intervencionista e tudo o que têm feito é promover guerras, financiar ditaduras, e impedir acordos diplomáticos, subsidiados por uma assertiva moralista de combate a um “mal maior”, consubstanciados pela lógica do politicamente correto de que resistir aos “comunistas” é retidão moral.

“A razão pela qual devemos fornecer ajuda militar sem considerar quantas pessoas serão mortas é porque estamos protegendo-as do comunismo.” Enfatizando o caráter cínico da missão, Chomsky prenuncia o destino daqueles que se colocam no caminho dos EUA: “Teremos que matá-los todos em defesa dos direitos humanos” (CHOMSKY, 1998a, p. 57).

### **3.1. A Fábula da Guerra Fria**

O argumento de Chomsky acerca da propaganda imperial utilizada para sustentar e amparar a política externa norte-americana vai sendo construído gradativa e paralelamente à implantação do que ficou conhecido como o plano de dominação, soberania e supremacia global conduzido pelos Estados Unidos cujo pano de fundo foi o episódio da Guerra Fria (1945-91), na qual a principal missão era a conquista da chamada “Grande Área” ou “Macroárea”.

Estavam incluídos na "Grande Área" o Hemisfério Ocidental, a Europa Ocidental, o Oriente, o antigo Império Britânico (que estava sendo desmantelado), as incomparáveis fontes de energia do Oriente Médio, o resto do Terceiro Mundo e, se possível, o mundo inteiro. Esses planos foram sendo executados à medida que as oportunidades permitiam. (CHOMSKY, 1996b, p.15).

Esse projeto foi exposto logo após a Segunda Guerra Mundial (1939-45), pois com o fim do conflito brotava no Terceiro Mundo, de acordo com Chomsky, “a filosofia do novo nacionalismo”, que consistia em políticas voltadas para atender as necessidades internas por meio de programas de desenvolvimento social que almejavam garantir o crescimento e o sustento de sua população com seus próprios recursos, bem como buscavam a diminuição das desigualdades socioeconômicas.

Os rumos e contornos que se delineavam chocavam com a ideologia do *Big Stick*<sup>22</sup>, um corolário da *Doutrina Monroe*, ou seja, da política de expansão imperialista norte-americana baseada na exploração econômica e na busca de matéria-prima estratégica nas regiões periféricas.

O papel principal do Terceiro Mundo deveria ser o de fornecedor serviços, de minerais e mão de obra barata, como já previsto pela doutrina. A exploração é feita de forma irrestrita, sem responsabilidades pelos danos, já que executam seus atos sem se preocuparem com “normas de saúde e segurança no trabalho, nem restrições ambientais” (CHOMSKY, 2017a, p. 53).

“A Doutrina Monroe foi instituída pelos EUA em 1823 e afirmava que a América Latina era domínio exclusivo dos Estados Unidos e não das potências colonizadoras europeias” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 232). De acordo com Chomsky, essa meta também acabou por ser aplicada ao Oriente Médio, “onde enormes jazidas petrolíferas e, principalmente, os gigantescos lucros que geravam, foram controlados pelos EUA e seu cliente britânico, que operavam por trás de uma “fachada árabe”, formada por ditaduras familiares flexíveis”. (CHOMSKY, 1993a, p. 25).

Já nossas “necessidades” no Oriente Médio, como se costuma argumentar, legitimam medidas extremas para preservar a dominação norte-americana e garantir que nenhuma força local independente (nem qualquer potência estrangeira, se essa fosse uma possibilidade séria na época dos pós-guerra) possa ganhar uma influência substancial sobre a produção e a distribuição dos recursos petrolíferos da região. Na medida do possível, estes têm que ser dominados pelos Estados Unidos, seus aliados e clientes regionais e suas companhias de petróleo – uma doutrina que praticamente poderia ser encarada como o “Axioma Número Um dos assuntos internacionais”. (CHOMSKY, 2003a, p. 16).

---

<sup>22</sup> Tradução: Grande Porrete. O termo refere-se à política externa adotada durante o governo de Theodore Roosevelt (1901-09), baseada na diplomacia para negociações enquanto discurso, mas que fazia uso da força e da violência nas intervenções.

Chomsky prossegue mostrando que até mesmo o “fundamentalismo islâmico” serve aos propósitos de propaganda, numa abordagem retórica de que este é um mal duramente combatido pelos EUA. Entretanto, o pensador aponta as contradições:

Mas o Estado fundamentalista islâmico mais radical do mundo é a Arábia Saudita: estamos caçando os líderes da Arábia Saudita? Não, eles são ótimos sujeitos – torturam, matam e esse negócio todo, mas também mandam os lucros do petróleo de seu país para o Ocidente e não para os povos da região; portanto são ótimos. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 212).

Retomando o contexto de “*Nuestra América*<sup>23</sup>”, o que não era permitido e nem aceitável, era, a grosso modo, a utilização dos “nossos” recursos, para atender aos próprios fins e bem-estar de seus povos. “As reflexões críticas de Chomsky sobre a política exterior dos Estados Unidos, o terrorismo de Estado e as novas formas de dominação levaram-no necessariamente a interessar-se cada vez mais pela América Latina” (CHOMSKY, 1998a, p. 28).

O principal empenho dos Estados Unidos, internacionalmente, no Terceiro Mundo deve ser impedir a ascensão de regimes nacionalistas que atendam às pressões das massas da população por uma melhora nos baixos padrões de vida e diversificação da produção; o motivo é que precisamos manter um clima estimulante ao investimento e garantir condições que facilitarão uma adequada remessa de lucros para nós. Uma linguagem assim se repete ano após ano em documentos de planejamento norte-americano de alto nível, como relatórios do Conselho de Segurança Nacional sobre a América Latina e assim por diante – e é exatamente isso que fazemos pelo mundo todo. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 96).

Nesse período, houve o protagonismo das empresas na hierarquia de poder. As corporações se sobressaíram, se fortaleceram e se tornaram a engrenagem principal de comando do governo norte-americano. Portanto, aos investidores interessava o lucro que lhes seria remetido, graças às fontes de recursos exploradas nas regiões invadidas por determinação dos governos, o que assegurava às empresas o devido controle e domínio sobre o Estado. Por conseguinte, a indústria e as finanças saíram lucrando muitíssimo com essas políticas.

A comunidade corporativa dos EUA tem favorecido um monumental orçamento de defesa [...] estes incluem armamento e outros negócios contratados, subsídios diretos e indiretos de pesquisa, e o papel desempenhado pelo poder militar no apoio à expansão econômica global na qual muitas

---

<sup>23</sup> Nos apropriamos neste trecho do conceito do filósofo e político cubano, José Martí, dado em 1891.



empresas transnacionais dos EUA são participantes e beneficiárias ativas. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 43).

Com o intuito de derrubar as barreiras e os impedimentos que prejudicavam a exploração e investimento nas regiões terceiro-mundistas, a propaganda imperialista e corporativa, portanto ideológica, precisou lançar um simulacro de ameaças e endossar crenças junto à opinião pública, a fim de estabelecer um consenso favorável às políticas intervencionistas.

Após a Segunda Guerra Mundial, os Estados Unidos detinham um poderio sem precedentes sobre a economia, cultura e política mundiais, dominando o sistema econômico do mundo. “Uma mudança crucial foi trazida pela Segunda Guerra Mundial: pela primeira vez, um único Estado teve um tal poder e riqueza esmagadores para que seus planejadores pudessem, de modo realista, projetar e executar uma visão global” (CHOMSKY, 1996a, p. 98), numa conjuntura que ficou conhecida como a Era Dourada do Capitalismo, um ambiente propício para a ascensão de uma Nova Ordem mundial.

Os grandes arquitetos de políticas trataram, é claro, de usar esse poder para criar um sistema global que viesse ao encontro de seus interesses. Documentos de alto nível descrevem a principal ameaça a esses interesses, particularmente na América Latina, como sendo os “regimes nacionalistas” e “radicais” sensíveis à pressão popular pela “melhoria imediata do baixo nível de vida das massas” e por um desenvolvimento voltado ao atendimento das necessidades do país. (CHOMSKY, 2002a, p. 23).

“Depois da Segunda Grande Guerra, os Estados Unidos assumiram, por interesse próprio, a responsabilidade pela prosperidade do sistema capitalista mundial” (CHOMSKY, 2002a, p. 23). Na análise de Chomsky, não se pode ignorar o papel do Estado no desenvolvimento do sistema capitalista, embora este seja dependente do poder privado. Por esta ótica, as ditas e autoproclamadas sociedades livres e democráticas são alocadas sob o prisma de sociedades de Estados capitalistas.

Pela primeira vez na História, um Estado – o “Novo Mundo idealista” – observava “princípios e valores”, agindo por “altruísmo” e fervor moral” na condição de líder dos “Estados Ilustrados”. Esse Estado estava, portanto, livre para recorrer à força em prol daquilo que seus líderes determinavam ser o certo. (CHOMSKY, 2009, p. 96).

O status de maior economia já era realidade antes disso, entretanto, no contexto pós-guerra, os EUA alcançaram o pico de seu poderio numa reorganização que classificava os países em vencedores e perdedores, de acordo com o realinhamento de seus papéis na configuração da “Nova Ordem Mundial”.

Dentro dos limites da Grande Área, os EUA manteriam um “poder inquestionável”, com “supremacia militar e econômica”, ao mesmo tempo em que assegurariam a “limitação de qualquer exercício de soberania” por parte dos Estados que pudessem interferir nos propósitos globais estadunidenses. (CHOMSKY, 2017b, p. 62).

No cenário delineado pela “Nova Ordem Mundial”, a “Grande Área” pertencia aos Estados Unidos, que poderiam avançar sobre as economias mundiais, sendo assim:

[...] os Estados Unidos teriam a indústria e a tecnologia mais avançadas, enquanto os peões na América Latina produziram alimentos para exportação e se incumbiriam de um certo número de operações mais simples, que estavam ao seu alcance. Mas não se desenvolveriam economicamente, como o fizeram. (CHOMSKY, 1997, p. 74).

A historicidade de Chomsky possui uma ótica independente e um viés que observa a perspectiva dualista países ricos *versus* países pobres, ou seja, com destaque para o eixo Norte-Sul em detrimento do Leste-Oeste. Uma perspectiva de cima para baixo que vai se sobrepor em sua investigação acerca das ideologias que permeiam o espectro das economias capitalistas de Estado.

Em sua percepção, a Guerra Fria não foi marcada pelo antagonismo entre as superpotências formadas pelo Leste socialista e o Oeste capitalista, e ressalta quais foram, de fato, os eventos cruciais nesse período em que os EUA travaram uma verdadeira guerra contra o Terceiro Mundo, um truísmo tendo em vista os preceitos da ‘Doutrina Monroe’, agora então realinhada para fins de propaganda sob a égide da ‘Doutrina de Segurança Nacional’.

Foi preciso articular uma propaganda para proteger os mercados e os investidores, consubstanciada a uma fórmula de doutrinação que apregoava ser a proteção e defesa de inimigos ameaçadores à própria sobrevivência. Esse formato de doutrinação visava garantir o acesso irrestrito aos principais mercados vitais de subsistências lucrativas.

A propaganda amparou e respaldou a política externa imperialista ao moldar a opinião pública e mobilizar apoio “a fim de obter aprovação para os programas planejados de rearmamento e intervenção” (CHOMSKY, 2003a, p. 122).

Doravante, os EUA estabeleceram protetorados militares nas regiões estratégicas de abastecimento, com a colaboração do terror oficial de modo a manter a “estabilidade” e a obediência, uma customização na velha roupagem da concepção geopolítica do imperialismo, “uma hegemonia global cujos atributos admiráveis são o mercado livre, os direitos humanos e democracia, sustentados por um temível poderio militar” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 59).

A noção de ‘império’ é elementar para compreender as ações perpetradas pelos EUA e “o direito de dominar é o princípio mais fundamental da política externa dos EUA e está em toda parte, embora se esconda por trás de termos defensivos” (CHOMSKY, 2017b, p. 137).

A Nova Ordem Mundial é “nova” somente porque ela adapta as políticas tradicionais de dominação e exploração a contingências, de alguma forma, modificadas; ela é muito admirada pelo ocidente por ser reconhecida como um esquema que mantém “os países e os povos do mundo” em seus lugares apropriados. (CHOMSKY, 1996a, p. 40).

À propaganda imperial cabia o papel de persuadir a opinião pública norte-americana a apoiar os investimentos em “proteção”, “segurança” e “defesa”, favorecendo a alternativa militar *keynesiana*, isto é, os gastos militares em detrimento de investimentos sociais, os primeiros próprios para a manutenção da indústria avançada do sistema do Pentágono.

Bem, o sistema do Pentágono é isso: é um sistema para garantir uma forma particular de domínio e controle. E esse sistema funcionou em função dos fins para os quais se destinava – não dar às pessoas vidas melhores, mas “tornar a economia mais saudável”, no sentido usual da frase, ou seja, garantir os lucros das corporações, o que o sistema faz com muita eficiência. Então, vocês veem, os Estados Unidos têm um importantíssimo interesse em jogo na corrida armamentista: ela é necessária para o controle interno, para o controle do império, para manter a economia em funcionamento. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 109).

Outro perigo quanto aos gastos sociais é que podem estimular e incentivar o interesse e a participação popular, “acentuando desta forma a “ameaça à democracia”; o público se preocupa com hospitais, estradas, vizinhança etc., mas não tem nenhuma preocupação acerca da escolha de mísseis e aviões de caça de alta tecnologia” (CHOMSKY, 1996a, p. 130).

A estrutura do Pentágono é o motor de crescimento econômico e atende aos princípios neoliberais que privilegiam os interesses dos setores dominantes.

O orçamento do Pentágono possui uma função doméstica. Garante que os ricos e privilegiados fiquem protegidos das regras do mercado. Quando falo do orçamento do Pentágono, não me refiro apenas aos fundos dos militares, mas ao sistema inteiro, incluindo a NASA, o Departamento de Energia e, por enquanto, os Institutos Nacionais de Saúde. Todas essas instituições são fundamentalmente mecanismos domésticos para transferir fundos públicos para setores avançados da indústria. (CHOMSKY, 1998a, p. 156).

No quadro analítico de Chomsky, o neoliberalismo é classificado sob um parâmetro mais específico, no âmbito de um modelo de Estado Neoliberal, de modo que a figura do Estado é totalmente necessária para subsidiar o setor privado, em que o último deverá ser socorrido quando enfrentar dificuldade. A importância de um Estado poderoso garante proteção às corporações que o controlam; e vende “proteção” ao público, representada pela força militar.

Neste sentido, as políticas são voltadas para a utilização de subsídios públicos em investimentos na indústria de alta tecnologia, o chamado militarismo *keynesiano*, que basicamente “significa transferir recursos públicos para indústria privada” (CHOMSKY, s.d., p. 78).

É uma transferência de recursos para os ricos, nas palavras de Chomsky. Dessa forma, há uma redução nos serviços de assistência social e medidas de bem-estar. Cabe à propaganda e à doutrinação promover o achincalhamento dos salários dos trabalhadores, dos sindicatos e das políticas sociais e inclusivas.

É pouco realista esperar que os Estados Unidos tolerem um sistema político que não seja dominado por empresários, oligarcas e militares que se subordinem aos interesses da elite norte-americana. Menor ainda será a disposição estadunidense de tolerar um governo que desvie recursos para a maioria pobre, com isso demonstrando sua completa incapacidade de reconhecer as prioridades certas e embarcando num rumo que pode ter efeitos demonstrativos perigosos, caso se permita que a experiência tenha sucesso. Por conseguinte, a política norte-americana não se desviou do princípio de que os Estados-clientes terroristas devem ser mantidos. (CHOMSKY, 2003a, p. 373).

Chomsky expõe que, para efeitos de propaganda e doutrinação, o Pentágono é apresentado no sentido de um departamento de defesa, mas que de modo algum sua função seja a de defender os EUA porque não existem ameaças terceiro-mundistas aos Estados Unidos. Sob

essa prerrogativa, tem sido um instrumento de constante agressão, com a propaganda atenuando a gravidade dos genocídios e demais crimes de guerra, se valendo de artifícios dissimulados baseados em eufemismos e argumentos tortuosos usados para esconder fatos fundamentais.

Internacionalmente, o Pentágono era visto como uma força de intervenção, mas do ponto de vista doméstico ele foi um método pelo qual o governo podia coordenar a economia privada, garantir tranquilidade às grandes corporações, subsidiá-las, direcionar o fluxo do capital tributável para a pesquisa e o desenvolvimento, garantir mercado para o excesso de produção, direcionar indústrias avançadas para o desenvolvimento, etc. (CHOMSKY, 1996c, p. 19).

Conforme elucida o pensador, a doutrinação pela propaganda visava desviar a atenção dos verdadeiros propósitos e incutir a crença do papel dos Estados Unidos como guardiões do politicamente correto, dos valores éticos e morais, dotados das melhores intenções, resguardando os princípios democráticos a qualquer o custo.

Entretanto, Chomsky é categórico: “Os Estados Unidos consideram seus próprios interesses. A integridade de outras nações americanas é um incidente, não um fim” – assim como os interesses do “rebanho desnortado” em casa” (CHOMSKY, 1996a, p. 156)<sup>24</sup>.

Para Chomsky, a diplomacia não faz parte da política externa norte-americana, apesar do termo “paz” ser evocado no repertório para fins de propaganda.

Durante os anos 1980 os EUA foram o principal fator de bloqueio dos dois mais importantes processos de paz internacionais, um na América Central e outro no Oriente Médio [...]. Não é possível que os EUA se oponham ao processo de paz, porque o processo de paz é o que Estados Unidos fazem, por definição. E, se alguém está se opondo aos Estados Unidos, então está se opondo ao processo de paz. É assim que funciona, e é muito conveniente. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 69).

Contraproducente à retórica de propaganda, o pensador expõe que “Os Estados Unidos não são o líder das forças de paz mundiais, e não estão interessados em justiça, liberdade e direitos humanos no mundo” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 178). Acontece que esses são valores sistematicamente repelidos.

Essa é a “máxima vil”, promulgada por Adam Smith. “A vida humana tem valor na medida em que contribua à riqueza e ao poder dos privilegiados. Os interesses dos homens ricos

---

<sup>24</sup> Chomsky cita a fala do secretário de Estado Lansing, baseada no pensamento do presidente Woodrow Wilson.

que governam o mundo é que determinam os contornos básicos da política” (CHOMSKY, 1996a, p. 38).

No âmbito da Guerra Fria, havia a “ameaça à democracia” no cenário da política exterior, provocada pelo “inimigo externo”, e no plano interno, a “crise da democracia” em que o inimigo era sua própria população e suas reivindicações, este último um aspecto que discutimos no próximo capítulo.

Dito isso, é possível adiantar que o mesmo padrão ou fórmula de propaganda se aplica a inimigos distintos, um modelo que se cristaliza em um escopo de doutrinação de discurso similar, com mecanismos e técnicas da idílica retórica anticomunista.

“Em resumo, o governo utilizou um sistema quase perfeito de pensamento duplo *orwelliano*: esquecer um critério que se tornara inconveniente, e depois recuperá-lo do esquecimento pelo tempo exato em que se fizer necessário” (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 149).

A seguir, refletimos acerca de alguns aspectos que regem o sistema de controle ideológico e a respeito da fabricação de um consenso anticomunista, uma ideologia que rege a política imperialista norte-americana, e ainda, no próximo capítulo, discutimos a propaganda corporativa, que está por trás dos verdadeiros interesses que subsidiam a política intervencionista, com uma retórica estratégica que garante o devido domínio e controle global, bem como assegura a expansão de privilégios e a concentração de riqueza e poder.

### **3.2. Fábrica de Controle de Pensamentos**

Noam Chomsky é categórico ao afirmar que o episódio daquilo que se convencionou chamar de Guerra Fria serviu para garantir a estabilidade e o devido controle sobre as nações economicamente estratégicas para Washington, possibilitando, assim, o avanço da supremacia militar e econômica norte-americana em relação às economias mundiais. É voz dissonante ao afirmar que na Guerra Fria, enquanto basicamente a URSS enfrentava seus satélites na Europa Oriental, os EUA travavam uma guerra contra o Terceiro Mundo.

Após a Segunda Guerra, brotava na América Latina, de acordo com Chomsky, “a filosofia do novo nacionalismo”, um crime imperdoável, tachado pela propaganda como o “vírus do nacionalismo independente” ou “heresia do nacionalismo independente”. Os rumos e

contornos que se delineavam chocavam com os planos de investimento nessas regiões, consideradas nada mais que um quintal, um apêndice dos Estados Unidos.

A heresia do nacionalismo independente com as prioridades erradas – as “massas” mais do que os investidores estrangeiros – torna-se mesmo uma ameaça mais séria à “segurança nacional” dos Estados Unidos se a “estabilidade” for ameaçada pelo temido efeito demonstrativo do desenvolvimento independente bem-sucedido. (CHOMSKY, 1996a, p. 155).

Para garantir o bem-estar de seus próprios investidores, os EUA chegaram a enviar uma carta às Américas ordenando o fim do nacionalismo econômico. “Os países latino-americanos teriam de complementar a economia norte-americana, não competir com ela; em resumo, não um desenvolvimento independente guiado pelas necessidades domésticas” (CHOMSKY, 1996a, p. 157). “Como é natural, tendo em vista a distribuição de poder, os Estados Unidos levaram a melhor” (CHOMSKY, 1997, p. 74).

A propaganda imperial tinha então a missão de tripudiar os chamados “distúrbios”, já que representavam uma ameaça aos interesses dos privilegiados, e acabar com as “prioridades erradas”, que em suma se tratavam da recusa em exercer o papel de serviçal para complementar os lucros e as economias dos ricos do Ocidente.

A doutrinação suscitada durante a Guerra Fria teve influente papel na interpretação ideológica de que o propósito dos pobres é o de “pilhar os ricos”. Essa seria, portanto, uma lógica de base “comunista”, a de se apossar daquilo que pertecem aos ricos, uma riqueza arduamente conquistada por mérito. Por essa lógica, a pilhagem deve ser exercida por direito pelos ricos.

O significado simbólico disso não é pouco, pois atribui a qualquer coisa que possa ser rotulada de “comunismo”, a culpa pela pobreza, desigualdade, miséria e sofrimento dos povos, e não às intervenções, invasões, sanções, destruições e massacres perpetrados pelos desígnios imperialistas no hemisfério.

A função das mensagens e símbolos é divertir, entreter, informar e inculcar nas pessoas os valores, credos e códigos de comportamento que as integrarão às estruturas institucionais da sociedade maior. O cumprimento desse papel, em um mundo de má distribuição de renda e de importantes conflitos de interesse de classes, requer uma propaganda sistemática. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 61).

Como bem relatou Eduardo Galeano (2012, p. 257), os países desenvolvidos se desenvolviam às custas dos subdesenvolvidos, enquanto estes últimos subdesenvolviam-se cada vez mais. “O subdesenvolvimento não é uma etapa do desenvolvimento. É a sua consequência”.

As chacinas e agressões com o pretexto de contenção ao radicalismo e ao abuso de “países comunistas”, bem como o financiamento e ajuda militar a regimes totalitários, estados terroristas e esquadrões da morte eram empreendidos sob a máscara convencional de manutenção de preceitos e princípios democráticos. É necessário esclarecer o que estava por trás desse conceito de democracia cujo verdadeiro propósito incutido era: “até que se conquistasse a “democracia”, isto é, até que o poder político passasse para as elites empresariais e latifundiárias ligadas aos EUA” (CHOMSKY, 2003a, p. 110).

Assim, o discurso doutrinário dava novas formas aos fatos, sendo que toda ação criminoso nesse contexto era considerada uma causa nobre e altruísta. Aos EUA pertencem a “vocação histórica de defender a liberdade e a justiça” (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 357). Isso é indiscutível e funciona como retórica de propaganda.

O terror tem de ser avaliado por “uma análise de custo-benefício” moderada, que procure determinar se “o total de sangue e miséria provocado” será produtivo à “democracia”, no sentido especial da cultura e política norte-americana. Como a agressão, o terror deve satisfazer os critérios pragmáticos de eficácia, nada mais. (CHOMSKY, 1996a, p. 68).

Conforme esclarece Chomsky e Herman (1976, p. 13, grifo deles), através da propaganda:

[...] espalharam uma espécie de *envenenamento da linguagem* no discurso político e na ética geral do ato de governo, a ponto de entorpecer o público por meio de mentiras e de eufemismos oficiais, levando-o a admitir que o sangue do inocente faz parte integrante da segurança nacional.

Em ambas as superpotências da disputa durante a Guerra Fria havia diferenças quanto aos conceitos de democracia e liberdade, contudo elas possuíam formas particulares na prática de abusos e crueldades, bem como possuíam seus próprios mecanismos de contenção e controle populacional. Enquanto num Estado Totalitário o uso de armas é justificado para obtenção de seus objetivos, no setor privado baseado no capitalismo de Estado, a doutrinação por meio da propaganda é a forma mais sutil e inteligente de manipulação e controle das mentes e atitudes.



A fabricação de inimigos, a partir de um conceito a serviço do poder, sob a pecha do “comunismo”, tinha como intento a conquista da adesão pública para a demolição dos ideais nacionalistas, estes propagados por meio de um repertório linguístico composto por suas devidas nomenclaturas doutrinárias:

O nacionalismo independente (“ultranacionalismo”, “nacionalismo econômico”, “nacionalismo radical”) é inaceitável, qualquer que seja sua coloração política. A “função” do Terceiro Mundo é fornecer serviços para os ricos, oferecendo trabalho barato, recursos, mercados, oportunidades para investimento e (ultimamente) exportação de poluição, juntamente com outras mercadorias (refúgios para a lavagem de dinheiro das drogas e outras operações financeiras irregulares, turismo etc.) [...] O “ultranacionalismo”, que parece ter sucesso em termos que podem ser significativos para os povos pobres em todos os lugares, é ainda um crime mais hediondo; o réu é denominado um “vírus” que pode espalhar a “infecção” por todos os lugares, uma “maçã podre” que pode “estragar o barril”, como a Guatemala de Arbenz, o Chile de Allende, a Nicarágua sandinista e muitos outros. Seja como for, estilizado em sombrios contos sobre dominós caindo, o temor constante é o efeito demonstrativo de uma bem-sucedida trajetória independente. (CHOMSKY, 1996a, p. 99).

Durante a Guerra Fria, as campanhas de propaganda deram forma a uma verdadeira fábula, na qual a moral da história era a de que o que os Estados Unidos estivessem fazendo era adequado e apropriado, e nada mais que o resguardo dos valores da democracia. “Temos um dever moral de empregar a violência para preservar nossos objetivos em qualquer região” (CHOMSKY, 1998a, p. 54).

Esse vergonhoso episódio de violência imperial é hoje rotineiramente retratado como uma ilustração de nossos grandes ideais e de nosso sucesso em levar a democracia e o respeito aos direitos humanos a essa região primitiva. Houve alguns excessos, reconhece-se, mas esses são atribuíveis às tensões da Guerra Fria nas quais a região estava enredada – um absurdo, que sempre foi mantido em segredo, pronto para ser varrido quando necessário. (CHOMSKY, 1996a, p. 14).

Assim, a estrutura convencional de interpretações sopesava as intervenções como “missões altruístas de misericórdia”, portanto expiadas de culpa por se tratarem de “ações humanitárias”. De acordo com Chomsky, os EUA causam um imenso mal em nome da democracia, da liberdade e da justiça.

A “promoção da democracia no exterior” é um objetivo primordial da política externa dos Estados Unidos desde que Woodrow Wilson a dotou de um

“poderoso componente idealista”; ela adquiriu “particular importância” sob Ronald Reagan e foi mais tarde assumida com “um vigor sem precedentes por Bush II”. (CHOMSKY, 2009, p. 119).

A hipocrisia e o cinismo são facilmente substituídos pela dissonância cognitiva de uma ideologia justificadora que parte do pressuposto de que a dominação é exercida para “o bem” do dominado, fundamentada numa lógica de que a conduta norte-americana será sempre altruísta e generosa. “O papel de “gestor” é presumido como certo, ao lado do princípio de que o “intervencionismo norte-americano” foi “quase sempre praticado com boas intenções” (CHOMSKY, 2003a, p. 323). Há uma “ilusão necessária” ou autoconvencimento de que estão engajados em atos nobres.

Claro, os comentaristas ocidentais serão rápidos em apontar a distinção óbvia entre os dois casos: nós somos Bons, e eles são Maus, e, portanto, é apenas correto e justo que devêssemos ser os encarregados. Nossa bondade essencial não é afetada pelos desastres que levamos a grandes partes do mundo, à medida que protegíamos nossa “segurança”. (CHOMSKY, 1996a, p. 52).

A fábula da Guerra Fria, retórica da propaganda de fundo moralista, fantasiou uma luta épica do “Bem” contra o “Mal” e encenou um combate da “Luz” contra as “Trevas”, em que os Estados Unidos representavam o papel de mocinhos e a URSS o de vilões. Era preciso convencer a sociedade norte-americana e o mundo de que os soviéticos e seus “postos avançados” visavam solapar a democracia, porquanto, deveriam ser desmantelados.

“A mitologia americana da Guerra Fria inventou uma “conspiração terrorista internacional” para justificar suas próprias políticas intervencionistas” (CHOMSKY, 2006, p. 110). Só assim o sistema ideológico poderia ser legitimado e funcionar de maneira adequada, sem quaisquer empecilhos.

O ‘Memorando número 68’ do Conselho de Segurança Nacional, o mais importante documento secreto da Guerra Fria (de abril de 1950),

[...] “esboçava a “necessidade de justa repressão”, uma conduta imprescindível do “caminho democrático”, com a “dissensão entre nós” reprimida enquanto os recursos públicos são transferidos para as necessidades da indústria avançada” (CHOMSKY, 1996a, p. 13).

As mudanças implementadas na ordem internacional estavam sob o comando dos poderes estatal e privado, isto é, sob o domínio e controle dos setores privilegiados. Os países terceiro-mundistas apresentavam resistência e buscavam alternativas à dominação imperialista, sendo assim, as intenções de dominação global estavam ameaçadas pelo nacionalismo

independente. No âmbito interno, foi preciso reprimir e frear protestos e movimentos de contestação popular, uma vertente que merece atenção à parte, sendo debatida então no próximo capítulo.

### 3.3. O Pacote Ideológico do Anticomunismo

A antiga URSS foi palco de uma das maiores tiranias da história, denominada por Mikhail Bakunin de “burocracia vermelha”. O sistema doutrinário criado pela propaganda à mercê do poder privado a descreve como socialista/comunista, o que é uma piada cruel, no parecer de Chomsky.

A União Soviética e seus satélites na Europa Oriental *chamavam-se* de “socialistas” – mas também se chamavam de “democráticos”. Eram socialistas? Bem, pode-se discutir sobre o que é socialismo, mas há algumas ideias que ficam meio que no cerne desse conceito, como o controle dos operários sobre a produção, a eliminação do trabalho assalariado, coisas assim. Esses países tinham essas coisas? Nem se *cogitava* nelas por lá. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 200, grifo deles).

O que lá houve não pode jamais ser encarado como uma revolução socialista, pois qualquer iniciativa nesse sentido foi completamente esmagada pela chamada burocracia soviética, que em essência era “antissocialista”, uma concepção própria do pensamento da esquerda libertária, da qual Chomsky é expoente, de posicionamento não bolchevique, antileninista e anti-stalinista, em oposição vigorosa a qualquer forma de autoritarismo. Chomsky atribui similaridades e correlações entre a chamada democracia capitalista e o comunismo ao estilo soviético.

A disseminação de um conceito corrompido e adulterado de “comunismo”, termo mais comumente utilizado no léxico da propaganda e mais facilmente associado no imaginário popular à ideia do fracasso e colapso do sistema soviético, carrega em si um significativo elemento simbólico e um pacote ideológico de grande força, já que está consubstanciado a um resultado desastroso.

A partir daí, a missão da propaganda ideológica foi distorcer e adulterar convenientemente os fatos como forma de desencorajar e desqualificar qualquer iniciativa ou movimento de resistência à ordem vigente, em favor da democracia, das liberdades, dos direitos

humanos, da paz e da justiça social. Esses movimentos surgiram em vários países terceiro-mundistas como levantes encabeçados por líderes capazes de mobilizar os trabalhadores em prol de reivindicações representativas de interesses populares.

A origem da ameaça de uma “onda vermelha” veio sobretudo do medo da inspiração nesses exemplos de independência e autonomia frente às estruturas autoritárias impostas, da qual Cuba representou um dos maiores desafios à hegemonia norte-americana na América Latina nesse período, sendo então um dos alvos mais rechaçados pela propaganda ocidental porque “os pobres e os desprivilegiados, estimulados pelo exemplo da revolução cubana, agora exigem a chance de uma vida decente” (CHOMSKY, 2004, p. 94).

Contudo, essas eram prioridades erradas, de modo que coube à propaganda o papel de impor a submissão popular aos interesses de grupos seletos.

“Comunistas”, conforme o sentido técnico do uso norte-americano, seriam aqueles que procuram um desenvolvimento independente, orientado às necessidades da população do país, não aos investidores estrangeiros” (CHOMSKY, 1996a, p. 95).

Em razão disso, a doutrinação atuou fortemente no sentido de falsear a ideia de comunismo ao associá-la negativamente e pejorativamente aos movimentos desencadeados pelos levantes populares, numa inversão da realidade mais próxima possível do sentido *orwelliano* como fórmula de propaganda.

A propaganda ideológica procurava criar uma falsa impressão de democracia, enquanto, na prática, subvertia as verdadeiras ações democráticas, numa fórmula de doutrinação que buscava demonizar e marginalizar o público que se organizava, evitando assim a real democracia e seus elementos.

Peguem a ideia de que os Estados Unidos estão apoiando a “democracia” no mundo todo. Bem, há um sentido em que isso é verdade. Mas o que isso quer dizer? Quando apoiamos a “democracia”, o que estamos apoiando? Ou seja, “democracia” é algo em que a população toma parte na direção do país? Bem, obviamente, não. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 67).

No plano externo, a ideia de “comunismo” foi incorporada ao totalitarismo soviético. “O que se chama de “comunismo” é o que se supõe ser “a extrema esquerda”: no meu ponto de vista é a extrema direita, basicamente indistinguível do fascismo” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 61). Essa contradição terminológica é um corolário bastante útil para os propósitos de doutrinação.

O fracasso soviético foi então incorporado ao discurso anticomunista. “E esse foi um triunfo de propaganda muito valioso para as elites do Ocidente – porque tornou muito fácil cortar pela raiz movimentos rumo a reais mudanças no sistema social, dizendo-se: - Bem, olhem só no que deu” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 201).

Outrossim, a “ameaça do bom exemplo” era a verdadeira “ameaça global”, o “perigo vermelho” que tanto assombrava.

[...] Seja qual for a região e com qualquer país que comece a fugir de nosso controle, se não podemos destruí-lo, digamos, por meio de uma invasão ou subversão, então procuramos forçá-los a alinhar-se com os russos, porque isto propicia uma justificativa para atacá-lo, coisas que devemos fazer, mas por outras razões. Temos que evitar a independência. Esta é a razão pela qual temos que atacá-lo. E para isso precisamos de um pretexto, como, por exemplo, o perigo de que ele represente uma base russa. (CHOMSKY, 1998a, p. 78).

Como forma de limitar o desafio, a desobediência, a insubmissão, a autonomia e a independência, os chamados “distúrbios”, desencados por atitudes e condutas de inaceitável rebeldia, foi preciso fabricar paranoia e medo de uma então ameaçadora “conspiração comunista”, um dos mais espetaculares feitos da propaganda como forma de guerra política, uma aplicação que remete à retórica *orwelliana* do Ministério da Verdade (Propaganda), com o apelo a emoções como o medo.

“Teoria do Dominó” e “Maçã Podre” foram os termos doutrinários derivados da “ameaça do bom exemplo”, e simbolizavam o “vírus do nacionalismo independente” cujo modelo poderia infectar e contagiar outros.

A versão interna da teoria do dominó, porém, nunca foi abandonada, porque é plausível: o desenvolvimento independente bem-sucedido e o avanço rumo à democracia fora do controle dos Estados Unidos poderiam, sim, criar um efeito dominó, inspirando os que enfrentam problemas similares a seguir o mesmo caminho, abalando dessa forma o sistema de dominação global. (CHOMSKY, 2009, p. 138).

O discurso doutrinário lançado nesse período legitimou a ofensiva, perseguição, contenção e repressão aos chamados “comunistas” dos países periféricos.

Um tema tem sido o de que a intervenção norte-americana pode ser justificada devido ao “comunismo em marcha”. Argumentava-se, desde o início, que o avanço comunista no Vietnã fazia parte de uma conspiração comunista global

[...] jamais questionaram o direito dos EUA de intervirem pela força para impedir a “marcha do comunismo”. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 35).

O temor de que a infecção do “comunismo” se espalhasse tinha respaldo numa perspectiva muito parecida com a lógica da propaganda nazista. “De maneira que, ao menos neste sentido, é possível comparar a propaganda norte-americana com a de Hitler, por exemplo: Hitler simplesmente defendia a Alemanha contra a ameaça judia e bolchevique” (CHOMSKY, 1998a, p. 55).

O oponente poderia ser qualquer nação ou autoridade que desafiasse à ordem global e à hegemonia norte-americana ao buscar uma alternativa independente.

Era exatamente isso que os EUA temiam na Guerra Fria, para início de conversa, caso queiram saber a verdade – que o desenvolvimento econômico soviético simplesmente parecesse bom demais para os países pobres do Terceiro Mundo, sendo assim um modelo que quisessem seguir [...]. Para os EUA, a origem da Guerra Fria – e de fato a declarada preocupação dos estrategistas americanos ao longo desse episódio – era que uma enorme parte do Terceiro Mundo tradicional se livrasse da exploração pelo Ocidente e começasse a tomar um rumo independente. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 196).

Os conceitos “moderado” e “radical” eram aplicados, respectivamente, àqueles que obedeciam e desobedeciam aos mandos e desmandos imperialistas.

Os termos “moderado” e “extremista” obtêm seu significado dentro dessa estrutura, os moderados sendo aqueles que se ajustam aos planos norte-americanos, os extremistas aqueles que têm suas próprias ideias. Os moderados também podem ser chamados de “pragmáticos”, os extremistas de “radicais” ou “linha-dura”. (CHOMSKY, 1996a, p. 297).

A propaganda imperial combatia os “radicais comunistas”, em nome da “segurança” a fim de garantir os investimentos e favorecer os gastos militares em detrimento dos investimentos sociais. O discurso de restaurar e defender a democracia do “comunismo” foi assimilado e internalizado como uma ideologia de “segurança nacional” contra um “inimigo diabólico” cujo efeito de sentido tem função de catarse no amparo e purgação para os crimes de depredação e dizimação.

A “segurança nacional” estaria ameaçada por qualquer coisa que estivesse fora do controle, ou melhor, “por qualquer limitação no controle de recursos e mercados” (CHOMSKY, 1996a, p. 51). E a melhor saída costumava ser o estabelecimento de um regime forte ou uma

ditadura nesses locais, de forma a garantir a “estabilidade”. “Estabilidade” é máscara convencional de propaganda e significa segurança para “as classes mais altas” e grandes “empresas estrangeiras”, o que comumente é denominado de “interesse nacional” (CHOMSKY, 1996a, p. 156).

Em questões práticas, as políticas intervencionistas contam com grandes aliados para respaldar as invasões: o terror oficial e os esquadrões da morte.

Do início até o fim, a história dos Estados Unidos na América Latina é a de destruir os movimentos populares, reprimindo qualquer intenção de independência, além de instalar ditaduras brutais e repressivas com as quais mantêm a região sob controle. Essa é a razão básica pela qual eles são uma das autênticas câmaras de horror do mundo moderno. (CHOMSKY, 1998a, p. 81)

O termo terrorismo é definido nos manuais militares como a utilização calculada, para fins políticos ou religiosos, da violência, da ameaça, da intimidação, da coerção ou do medo. Segundo Chomsky, os Estados Unidos são os maiores terroristas do mundo, inclusive, o terror, mais precisamente o terror oficial, era eixo imperativo da política externa no governo de Reagan, amparado na propaganda de uma “Guerra ao Terrorismo”.

De acordo com o pensador, “o patrocínio do terrorismo internacional é guiado pelo Estado e a gestão econômica concebida para gerar lucros a curto prazo para os ricos” (CHOMSKY, 2003a, p. 117). Logo, esta é a importância da utilização de um conceito a serviço do poder.

Junto com o significado literal do termo e da citação pura e simples dos documentos oficiais americanos, também há um uso propagandístico, que desafortunadamente é a definição padrão: o termo “terrorismo” é usado para designar atos terroristas cometidos por inimigos contra nós ou nossos aliados. Este uso para efeitos de propaganda é praticamente universal. Todos “condenam o terrorismo”, neste sentido do termo. (CHOMSKY, 2002b, p. 104).

Havia ainda a necessidade de decretar “guerras preventivas”, autorizadas sob o discurso de legítima defesa ou de permanente autodefesa cuja retórica parte do mesmo pressuposto que coloca o terrorismo em termos de “contraterrorismo”, “antiterrorismo” ou “guerra justa” (CHOMSKY, 2005, p. 78). São expressões mal disfarçadas, para obscurecer a verdade.

É equívoco pensar que o terrorismo seria o instrumento dos fracos. Como a maioria das armas mortíferas, o terrorismo é, antes de tudo, a arma dos poderosos. Quando se diz o contrário, é unicamente porque os poderosos controlam também os aparelhos ideológicos e culturais, que permitem que o terror deles seja visto como uma coisa diferente do terror através de uma arma poderosa: a propaganda. (CHOMSKY, 2001)<sup>25</sup>.

“Todo um novo vocabulário tem sido inventado para disfarçar a realidade. Dessa forma, o termo “processo de paz” não se refere ao progresso da procura pela paz; antes, ao que quer os Estados Unidos estejam fazendo, muitas vezes bloqueando as iniciativas de paz” (CHOMSKY, 1996a, p. 296). Recorrendo ao aforismo *orwelliano* do “duplipensar”, aplica-se aqui a mesma lógica de “contar mentiras construídas laboriosamente, defender ao mesmo tempo duas opiniões que se anulam uma à outra, sabendo que são contraditórias e acreditando nas duas” (ORWELL, 2015, p. 40).

A crença no sistema norte-americano se alinha à mesma lógica do “duplipensamento”, própria da capacidade de convencimento dos sistemas totalitários esmiuçada por George Orwell. O que fica claro é que a doutrinação é vastamente aceita também nas sociedades livres, por mais hipócrita que seja, por mais que não tenha qualquer fundamento e ainda por mais absurda que pareça.

A propaganda atua por meio de mecanismos que visam racionalizar as dissonâncias, auxiliando no processo de fácil aceitação e boa convivência com os paradoxos que são impostos. Para efeitos de ilustração, no caso da propaganda imperial, “você está com a bota no pescoço de alguém e esse alguém está prestes a destruir você” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 154).

Quando os rumos fogem do controle imperialista só resta a “ádua escolha” de intervir. Os golpes de Estado seriam direcionados nesse sentido. “Quando os direitos dos investidores são ameaçados, a democracia tem de desaparecer; se esses direitos são salvaguardados, assassinos e torturadores são bem-vindos” (CHOMSKY, 1996b, p. 27).

Dentro dessa lógica, ditadores e terroristas seriam “bons amigos” ou “vermes” de acordo com os pretextos oportunistas da política externa norte-americana em cada região, apoiados direta ou indiretamente, e até mesmo retirados e derrubados quando necessário. “Certamente não se discute o fato de, muitas vezes, os EUA encararem Estados terroristas homicidas de

---

<sup>25</sup> Disponível em: <http://www.diplomatique.org.br/acervo.php?id=346>. Acesso em 17 set.2016.



modo muito favorável, quando eles satisfazem os critérios operacionais” (CHOMSKY, 2003a, p. 308).

Chomsky (1996a, p. 56) enfatiza:

“Assim como um bando de outros assassinos e torturadores, o crime inaceitável é a desobediência [...]. Os crimes dos inimigos, reais ou fabricados, são úteis para os propósitos da propaganda; eles têm pouco impacto sobre a política. ”

A propaganda enaltecia os feitos dos bons ou maus genocidas em consonância aos desígnios do *establishment*. Isto é, atrocidades e crimes seriam ignorados ou rechaçados conforme o grau de utilidade ao poder, com o objetivo de assegurar o devido controle dos recursos estratégicos e da remessa de lucros à comunidade empresarial.

Os EUA ofereceram apoio a ditaduras, utilizaram líderes como fantoches, que podiam ser levantados ou derrubados a qualquer momento, arregimentaram a opinião pública, minaram a democracia e o desenvolvimento e aprofundaram as desigualdades.

Aos Estados Unidos não importa se um país possui uma democracia formal ou algum outro regime. O que interessa a ele é que se submeta ao seu sistema de dominação mundial. O princípio fundamental é: o país vai permitir que nós o roubemos? Deixará que as corporações estrangeiras invistam e explorem à vontade? Se permitir, pode ter qualquer sistema político, aquele que mais lhe convenha: pode ser fascista, democrático, comunista, o que se queira, desde que o referido critério se cumpra. Mas se um país começa a destinar seus recursos para sua própria população, então ele deve ser destruído. (CHOMSKY, 1998a, p. 95).

Em relação às consequências das intervenções, sanções e genocídios, só mereciam destaque na mídia hegemônica as vítimas consideradas merecedoras da divulgação midiática, caso contrário, negligenciavam-se as vítimas e tudo era suprimido e silenciado e as “provas disponíveis consideradas insuficientes para os requisitos doutrinários” (CHOMSKY, 2003a, p. 470).

A distinção no tratamento e valoração dos fatos podem influir em variadas emoções no público, desde à apatia até à histeria. Os sintomas são imprevisíveis, no entanto, as constantes ameaças inventadas pela propaganda tornam o terreno propício para a proliferação do ódio e da intolerância, as reações chauvinistas.

O sistema ideológico ou doutrinário se vale dessa forma de desvio para direcionar os ânimos a alvos predeterminados, a fim de obter o consentimento aos propósitos ambiciosos de uma zelosa classe corporativista que anseia lucro e poder. Nesse contexto, veio a calhar o

desencadeamento de uma histeria anticomunista, “o pavor vermelho”, numa aplicação similar a que ocorreu na experiência da primeira agência de propaganda dos EUA, como explanamos anteriormente.

“Um foco constante sobre as vítimas do comunismo ajuda a convencer o público do mal inimigo e prepara o placo para a intervenção, subversão, apoio a Estados terroristas, uma infundável corrida armamentista e conflito militar – tudo por uma causa nobre” (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 57).

Se o “comunismo” está no controle, é preciso derrubá-lo e instalar um regime “anticomunista”, pois “o modo de lidar com tamanha ameaça era destruir o vírus e vacinar todos os que pudessem ter sido contaminados, geralmente por meio da imposição de Estados assassinos de segurança nacional” (CHOMSKY, 2017b, p. 197).

Para o sistema de controle ideológico é importante manter o “rebanho desnordeado” e a “horda confusa” sob uma espécie de transe, no qual se repetem os *slogans* patrióticos como se estivessem dotados de um temor reverencial, no sentido mais *orwelliano* de tática de propaganda, manipulação e controle do juízo popular.

Você não quer que a população reflita sobre isso. E este é o ponto principal da boa propaganda. Você deve criar um slogan de que ninguém discorde, e todo mundo seja a favor. Ninguém sabe o que significa, porque não significa nada. Seu valor crucial é desviar a atenção da questão principal que é: você apoia nossa política? É sobre ela que você pode falar. (CHOMSKY, 2003b, p. 23).

Mobilizar o apoio e o consentimento da opinião pública era imprescindível para prosseguir com a agressão, o terror e o assassinato em massa, bem como reprimir a atitude antibelicista e os obstáculos para o ataque aberto, portanto, nesta lógica: **“GUERRA É PAZ”**.

### 3.4. Pilhagens Linguísticas

Instilar o medo é um elemento vital para manter o estado de guerra. De acordo com Chomsky, o método tradicional de qualquer Estado consiste em inspirar medo.

“Todo governo tem a necessidade de assustar sua população”. Os governantes devem fazer isso, escreve Chomsky, porque sabem que seu “sistema de dominação é frágil”; portanto, “comunismo, crime, drogas, terrorismo”, e outras coisas assustadoras são continuamente divulgadas. (BABE, 2015, p. 310, tradução nossa).

Além disso, todo o acesso a informações é controlado por meio das estratégias desviantes, de modo que impedem ao máximo que os fatos cheguem ao conhecimento das pessoas, para que estas não venham a contestar ou questionar as ações.

Muito antes da Guerra Fria, H. L. Mencken comentou: “Todo o objetivo da prática política é manter o populacho assustado (e, portanto, clamando por ser conduzido à segurança), ameaçando-o com uma série interminável de fantasmas, todos eles imaginários”. O espectro soviético serviu admiravelmente aos planos internos e internacionais das elites norte-americanas, que estão longe de se sentir satisfeitas por vê-lo desaparecer do horizonte. (CHOMSKY, 2003a, p. 126).

No período da Guerra Fria foi preciso criar uma falsa impressão daquilo que realmente estavam combatendo.

Quero destacar o papel da Guerra Fria neste sistema como uma técnica de controle nacional, uma técnica para desenvolver o clima de paranoia e psicose em que o contribuinte estará disposto a prover um subsídio enorme e interminável aos setores tecnologicamente avançados da indústria americana e às corporações que dominam este sistema cada vez mais centralizado. (CHOMSKY, 2007b, p. 49).

A necessidade de “defesa” era uma fabricação da propaganda, uma “ilusão necessária” pertinente diante do que realmente estava em jogo, e se revelou a melhor forma de lidar com os “inconvenientes”. O princípio básico da propaganda de Estado era a “defesa”, um pilar incontestado de doutrinação.

Toda a estrutura do sistema de propaganda foi empreendida e dedicada para subjugar e confundir, bem como para afetar e desestabilizar a opinião pública.

A estrutura convencional torna-se realmente plausível se interpretarmos o conceito de “segurança nacional” de modo suficientemente amplo, vendo-o ameaçado se qualquer coisa estiver fora de controle. Seguir-se-ia, então, que a “segurança nacional” norte-americana está em risco [...]. Se entendermos a “segurança” como estando ameaçada por qualquer limitação no controle de recursos e mercados, as doutrinas convencionais fazem muito sentido. (CHOMSKY, 1996a, p. 51).

O termo “segurança nacional” foi um dos mais recorrentes nesse período, mas não era novidade.

Por toda a história norte-americana, tem sido praxe invocar grandes inimigos prontos a nos esmagar. “O exagero da vulnerabilidade norte-americana- no sentido mais básico da vulnerabilidade da terra natal norte-americana a um ataque externo direto – tem sido uma característica recorrente em debates sobre as políticas externa e de defesa norte-americanas por no mínimo cem anos”, salienta o historiador John Thompson. (CHOMSKY, 1996a, p. 46).

As “ilusões necessárias” são artifícios retóricos e máscaras convencionais que subvertem conceitos e conquistam a adesão pública por razões, muitas vezes, ancoradas no medo e na insegurança, numa perspectiva semelhante à propaganda nazista e sua capacidade de repetição de palavras até associá-las a determinadas emoções.

Isso resultou em uma campanha na qual a linha de propaganda era instilada na mente do público pela repetição. Estruturas alternativas foram ignoradas e fontes inclinadas a outras formas de ver a mesma questão foram excluídas da mídia de massa. Selecionaram-se fatos que se encaixavam na estrutura dominante; outros eram descartados mesmo que apoiassem a validade de suas premissas. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 200).

As “ilusões necessárias” também podem ser moldadas no formato de carências e necessidades artificiais. O mais impressionante é a capacidade da propaganda de obstruir o raciocínio e a reflexão e ser capaz de fabricar o consenso, apesar da fragilidade dos argumentos e diante da abissal desigualdade de forças em relação aos inimigos.

“Os dados pertinentes foram apresentados de modo a obscurecer as comparações diretas e selecionados para exagerar a força do inimigo, o que constituiu o padrão normativo durante toda a era da Guerra Fria” (CHOMSKY, 2003a, p. 26).

A cortina de fumaça da propaganda embaça o que verdadeiramente preocupa os poderosos: o elemento influenciador que pode brotar das reivindicações das massas através dos chamados movimentos e organizações populares, uma questão a ser debatida posteriormente.

Ademais, “a segurança dos Estados Unidos já estava “em perigo” desde 1917, e não apenas em 1950, e a intervenção foi, portanto, inteiramente justificada em defesa contra a mudança da ordem social na Rússia e o anúncio de intenções revolucionárias” (CHOMSKY, 1996a, p. 51).

Chomsky define que antes disso:

[...] os Estados Unidos defendiam-se de outras forças do mal: os hunos, os britânicos, os espanhóis, os mexicanos, os papistas canadenses e os "selvagens

índios impiedosos" da Declaração de Independência. Mas desde a revolução bolchevique, e particularmente na era do poder mundial bipolar que emergiu das cinzas da Segunda Guerra Mundial, um inimigo mais crível<sup>26</sup>.

Apresentar e classificar o inimigo como superpoderoso e cruel é estratégia da propaganda imperial. Sempre que é preciso impor uma sanção ou justificar uma intervenção, lança-se a chamada precaução, a “guerra preventiva” ou “invasão defensiva”, que justifica ações agressivas, repressivas e terroristas, sustentadas pela declaração de que existe uma ameaça séria à “segurança nacional”, mesmo que não seja plausível ou que não haja qualquer risco iminente. Para o pensador, o discurso de autodefesa dos EUA não cola, nem mesmo como piada, já que possuem metade dos gastos militares do mundo e não são atacados desde a Guerra de 1812.

As repressões, intervenções, sanções e invasões se davam, sobretudo, com o respaldo da retórica de propaganda que apresentava uma solução sangrenta: entre o comunismo e a guerra, a melhor opção é a guerra. O mais espantoso é que a propaganda não necessitava de nenhuma evidência crível.

Na retórica de “contenção” do comunismo, os vocábulos e termos fabricados pela propaganda atuam com o propósito de doutrinar, de forma a impedir e obliterar o pensamento. É tática de propaganda “manter a multidão entontecida num estado de submissão implícita, com isso impedindo a temível perspectiva da liberdade e da autodeterminação” (CHOMSKY, 2003a, p. 447).

A contribuição simbólica do discurso da propaganda mascarou, camuflou e disfarçou o significado dos conceitos, porquanto havia um significado literal e outro significado usado na guerra política ou guerra ideológica. O brilhantismo da propaganda se deve em grande parte pela capacidade de dominar e manipular as palavras, ou seja, ao poder psicossocial.

O mecanismo do controle anticomunista difunde-se pelo sistema para exercer uma profunda influência sobre a mídia de massa. Em tempos normais, assim como em períodos de Pânico Vermelho, as questões tendem a ser enquadradas em termos de um mundo dicotomizado entre forças comunista e anticomunistas, com ganhos e perdas distribuídos aos lados em disputa, e a torcida pelo “lado norte-americano” considerada como uma prática jornalística inteiramente legitimada. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 89).

---

<sup>26</sup> Necessary Illusions: **Thought Control in Democratic Societies**, Boston: South End Press, 1989. In: <https://zcomm.org/necessary-illusions/>. Acesso em 16 mar.2017. Tradução nossa.

Como uma espécie de lavagem cerebral a propaganda remodela os significados literais, e, por meio de repetições, incute novas interpretações aos sentidos das palavras, resultando nos chamados “significados doutrinários”, uma tática muito conhecida pela propaganda nazista de Adolf Hitler e Joseph Goebbels durante a Segunda Guerra (1939-45).

Segundo Marcuse (1982, p. 95):

[...] “espera-se que a palavra não tenha qualquer outra reação que não o comportamento anunciado e padronizado. A palavra se torna um clichê e, como tal, governa a palavra, ou a escrita; assim, a comunicação evita o desenvolvimento genuíno do significado. ”

O ministro da propaganda de Hitler dizia que eram apenas palavras, portanto podiam ser moldadas para disfarçar as ideias. Goebbels revelou que se inspirou em Bernays, o mestre da arte da propaganda.

Vale lembrar que as técnicas de propaganda nazista foram tomadas de doutrinas e práticas comerciais pioneiras das sociedades anglo-americanas. Diz uma análise contemporânea que na base dessas técnicas estava o recurso a “símbolos e slogans” simples, com “uma tremenda repetição de impressões” que apelavam ao medo e a outras emoções elementares, à maneira da propaganda comercial. “Goebbels recrutou a maior parte dos mais importantes homens de propaganda da Alemanha para seu Ministério da Propaganda” e se gabava de “usar métodos americanos de publicidade” para “vender o nacional-socialismo”. (CHOMSKY, 2009, p. 235).

De acordo com o professor Guilherme Nery Atem (2008), há uma guerra pela sedução da opinião pública, a chamada “guerra semiótica”, um verdadeiro show simbólico orquestrado pelos meios de comunicação. Tal condição é respaldada por Chomsky, quando menciona a “Guerra Política e Psicológica, utilizada para controlar os elementos populares e para manipular as massas” (CHOMSKY, 1996a, p. 78). Logo, a doutrinação é definida como o bombardeio simbólico de conteúdos ideológicos.

Antes, o termo “propaganda ideológica” foi utilizado abertamente e livremente para controlar o juízo público, porém adquiriu uma conotação ruim durante a guerra por causa de Hitler, e então o termo saiu de uso. Hoje utilizam-se outros termos. Mas, entre as décadas de 1920 e 1930, o que fazia a indústria de relações públicas, era descrito como propaganda ideológica. (CHOMSKY, s.d., p. 12).

Chomsky reitera, inclusive, que o conceito propaganda ideológica seria mais honesto. E que foi amplamente utilizado antes que a palavra ficasse ligada aos nazistas. Hoje usam-se

diversos eufemismos. Conforme concebe o pensador, toda propaganda, em si, é uma arma ideológica, já que é um canal por onde circulam as ideologias.

“Trabalhos recentes têm vindo a redescobrir o poder da propaganda – que, entretanto, escolheu para si própria, nomes com conotações menos negativas como “relações públicas”, “publicidade”, “comunicação estratégica” e outros” (SERRA, 2014, p. 290). Neste tese, aproveitamos que Chomsky dá nome aos bois, e adotamos seu conceito de propaganda ideológica.

### 3.5. Das Ilusões Necessárias

A “ameaça comunista” também foi ilustrada por meio de analogias, como a de que o comunismo era um câncer que precisava ser extirpado. Um dos maiores alvos desse tipo de doutrinação foi Cuba, sendo Fidel Castro a representação de um dos mais insolentes e afrontosos desafio aos EUA.

A propaganda acerca de uma “conspiração internacional” comunista na qual Cuba era parte durante a Guerra Fria perdura até aos dias atuais, sendo que qualquer pessoa que tome uma iniciativa de contestação ao sistema capitalista provavelmente terá de ouvir a bravata popularmente conhecida: “Vai pra Cuba”, um comportamento sintomático da herança dessa fórmula de propaganda e doutrinação anticomunista, como se “o colapso da sociedade cubana e o sofrimento de seu povo fossem atribuídos principalmente aos diabos do comunismo, não ao que os Estados Unidos fizeram” (CHOMSKY, 1996a, p. 91).

O domínio britânico na ilha no século XIX impediu o controle dessa parte do hemisfério pelos EUA conforme as metas estipuladas pela *Doutrina Monroe*. Contudo, o planejador político desse período assegurou:

John Quincy Adams disse que deveríamos ter paciência. Disse também que Cuba iria cair em nossas mãos assim como uma fruta madura pelas leis da gravidade política, o que significava que, quando fôssemos mais fortes, e os britânicos mais fracos, as coisas iriam mudar e estaríamos prontos para dominar Cuba. (CHOMSKY, s.d., p. 49).

Quando os EUA tomaram posse Cuba no final do século XX sob o pretexto de defender sua independência da Espanha, um “ato humanitário” para “libertar” “aquela republiqueta

cubana infernal<sup>27</sup>”, rapidamente a transformou em “uma colônia norte-americana e um porto para norte-americanos ricos e turbas de criminosos” (CHOMSKY, 1996a, p. 91).

Durante algo que é ridiculamente intitulada Guerra Hispano-Americana, os Estados Unidos fizeram uma intervenção em Cuba, primeiramente para impedi-la de libertar-se da Espanha. Dê uma olhada mais de perto. Essa é uma interpretação. Vou dizer o que acho. Penso que se você olhar bem, verá que a intervenção sobre Cuba foi primeiramente um esforço para se certificarem de que sua libertação da Espanha não significaria uma libertação real. Cuba foi rapidamente transformada em uma “plantação” norte-americana, com restrições a suas opiniões, comprada pelo *agrobusiness* norte-americano. (CHOMSKY, s.d., p. 49).

Durante o governo de John F. Kennedy (1961/63) questões relacionadas à América Latina receberam especial importância e a “vasta influência do castrismo” se revelou ameaçadora, no qual o regime de Castro assombrava como um “bem-sucedido desafio” às políticas dos Estados Unidos (CHOMSKY, 2017b, p. 195).

Portanto, a fórmula doutrinária da “ameaça comunista” veio a calhar, afinal estavam em plena Guerra Fria. “Kennedy herdou a política de embargo do presidente Eisenhower, bem como seus planos formais para a derrubada do regime, planos cuja agressividade ele intensificou levando a cabo a invasão à baía dos Porcos” (CHOMSKY, 2017b, p. 253).

Então, apesar do que sempre se ouve dizer, o intervencionismo americano não tem nada a ver com resistir à disseminação do “comunismo”, é a *independência* que sempre nos opusemos em toda parte – e por uma razão muito boa. Se um país começa a dar atenção à sua própria população, não irá dar a atenção adequada às necessidades arrasadoras dos investidores norte-americanos. Bem, essas são prioridades inaceitáveis, de forma que o tal governo simplesmente tem que acabar. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 96, grifo deles).

Para Arthur Schlesinger, o historiador liberal e assistente de Kennedy, havia grande possibilidade da disseminação das ideias de Castro, as chamadas “ideias castristas”, que significavam: gerenciar as coisas com as próprias mãos. Era bem capaz que isso servisse de exemplo para os demais pobres, oprimidos e desprivilegiados, que poderiam então se inspirar na Revolução Cubana. Portanto, esse era o grande perigo cubano, um símbolo que ameaçava a hegemonia norte-americana na América Latina.

---

<sup>27</sup> Expressão utilizada pelo presidente Theodore Roosevelt na invasão norte-americana em Cuba no ano de 1898.



A “ameaça do bom exemplo” representava um desafio aos EUA e assombrava com o temor de uma agitação popular inspirada na insistente oposição ao domínio e soberania imperialista. O medo da uma “infecção comunista” era o temor de que a revolução pudesse atrair a simpatia das massas:

[...] O secretário de Estado Dulles deplorou a “habilidade” comunista “de conseguir o controle dos movimentos de massa”, “algo que não somos capazes de imitar”. “As pessoas pobres são aquelas a quem apelam e elas sempre quiseram pilhar os ricos” – o grande problema da história do mundo. De algum modo achamos difícil propagar nossa linha de conduta, de que os ricos deveriam pilhar os pobres, um problema de relações públicas que ninguém ainda foi sábio o suficiente para resolver. (CHOMSKY 1996a, p. 104).

A propaganda e a doutrinação eram direcionadas contra a ameaça da “escola cubana de comunismo” e diante da opinião pública, Castro era apresentado como a própria “encarnação do mal”. Houve “muitas tentativas de assassinar Fidel Castro, geralmente desconsideradas e tidas como meras traquinagens pueris da CIA” (CHOMSKY, 2017b, p. 249).

As operações terroristas contra os cubanos se davam, sobretudo, porque era preciso vingar a derrota dos EUA na invasão da baía dos Porcos. A guerra terrorista conhecida como Operação Mangusto (*Mongoose*) resultou naquilo que Chomsky denomina de “crise dos mísseis”, levando o mundo à beira de uma guerra nuclear fatal.

Após a derrota na baía dos Porcos, escreve o historiador Piero Gleijeses, JFK lançou um esmagador embargo para punir os cubanos por terem derrotado uma invasão comandada pelos EUA, com tropas formadas e treinadas pelo governo norte-americano, e “pediu ao seu irmão, o procurador-geral Robert Kennedy, que liderasse um grupo de interações de alto escalão incumbido de supervisionar a Operação Mangusto, um programa de operações militares, guerra econômica e sabotagem que entrou em vigor no início de 1961 a fim de desestabilizar o regime cubano e lançar sobre Fidel Castro os ‘terrores da Terra’ e, em termos mais prosaicos, derrubá-lo. (CHOMSKY, 2017b, p. 142).

Na retórica ou fábula de contenção do comunismo, os EUA eram os heróis corajosos, os mocinhos, e os comunistas eram cruéis, impiedosos, fanáticos. E as constantes abordagens sobre os abusos dos países comunistas propagados pela propaganda “contribuíram para colocar a oposição ao comunismo como princípio da ideologia e política ocidentais” (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 88).

A construção de uma imagem negativa é uma forma de controle político que ainda mobiliza a população a se opor à “vilania do país inimigo”. “A opressão passa a ser

psicologicamente invertida: o opressor é a vítima que está se defendendo” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 154). A propaganda imperial é uma ferramenta capaz de transformar vítimas em vilões.

Em relação à Cuba, a intenção era impedir que a ilha servisse como um modelo de autonomia e independência em sua tentativa de escapar do tentáculo norte-americano. Como Galeano (2012) salientou em “Veias abertas da América Latina”, era preciso aniquilar o gérmen de Cuba.

Chomsky enfatiza a respeito do que de fato estava em jogo: a União Soviética começava a apresentar um modelo de desenvolvimento e modernização. Na verdade, essa também era a ameaça cubana. E por isso também aconteceu a guerra no Vietnã. A “ameaça do bom exemplo” precisava ser barrada, era necessário interromper o “efeito do vírus” a todo custo, porque caso fosse bem-sucedido, poderia inspirar outros.

A propaganda foi primordial para justificar a intervenção norte-americana como uma ação defensiva para deter a “expansão soviética” e seus “postos avançados”. De fato, “não era a força militar russa que nos estava ameaçando, e sim a força política russa” (CHOMSKY, 1996b, p. 100).

“Durante toda a Guerra Fria o termo “expansão soviética” serviu para encobrir iniciativas políticas que não podiam ser justificadas, quaisquer que fossem seus fundamentos” (CHOMSKY, 1993a, p. 23). Segundo Chomsky, uma vantagem foi que “o poder soviético reprimiu diretamente a agressão norte-americana e conduziu o apoio para manter Cuba viva apesar do terror e da guerra econômica norte-americanos” (CHOMSKY, 1996a, p. 91).

As repressões, depredações e assassinatos desencadeados pelos EUA e seus aliados durante a Guerra Fria foram responsáveis por transformar muitos locais em regiões miseráveis. Um modo de “assegurar que nenhuma dessas áreas saia da dominação dos Estados Unidos ou deixe de estar subordinada ao sistema global dirigido por eles” (CHOMSKY, 1998a, p. 81). Assim, como no Vietnã, foi preciso assegurar que Cuba não serviria de exemplo para o hemisfério.

“A forma de lidar com um vírus é matá-lo e vacinar quaisquer vítimas potenciais[...]. E a região foi “vacinada” com cruéis ditaduras militares, a começar pelo golpe miliar [...] que instalou no Brasil um regime de terror e tortura pouco depois do assassinato de Kennedy” (CHOMSKY, 2017b, p. 256).

No Brasil, houve a imposição de uma ortodoxia econômica que construiu a retórica de um “milagre econômico”, enquanto a maior parte população sofria com uma crise econômica

sem precedentes e os militares trucidavam a dissidência e a resistência popular sustentados e amparados no discurso da propaganda de contenção do “comunismo”, recorrendo à tortura como método.

O Brasil se tornou o queridinho da América e as políticas norte-americanas de controle e dominação foram muito bem-sucedidas com a implantação da democracia ao estilo norte-americano. Houve o fornecimento de ajuda para minar o que restara de governo institucional, ao mesmo tempo em que se criavam as condições para melhorar o clima para os investidores, daquilo que foi saudado como as “forças democráticas”.

Washington cooperou com os militares que derrubaram a democracia parlamentarista, em agradecimento “à visão basicamente democrática e pró-americana que tinham”, explicou o embaixador de Kennedy, Lincoln Gordon. [...]. Em telegrama para Washington, Gordon observou que “a revolução democrática” ajudaria a “controlar os excessos esquerdistas” do último governo eleito, moderadamente populista, e que as “forças democráticas”, agora no poder, “criariam um clima muito melhor para os investimentos privados”. (CHOMSKY, 2004, p. 96).

Em suma, ao destacar esses eventos, Chomsky revela como foram colocados em prática os princípios econômicos a partir da configuração de um modelo de Estado Neoliberal, ancorado na ideologia de “mercado livre”, que canaliza os recursos aos ricos e investidores estrangeiros” (CHOMSKY, 1996c, p. 13). Assim prospera a fantasia do neoliberalismo, em apropriação estética a uma analogia similar a de uma então fábula da Guerra Fria.

É possível que a força da ideologia anticomunista tenha enfraquecido com o colapso da União Soviética e o quase desaparecimento dos movimentos socialistas em todo o mundo, mas isso é facilmente compensado pela força ideológica maior da crença no “milagre do mercado” (Reagan). (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 18).

Nosso propósito é destacar a característica ilusória sobre a qual a fantástica fábrica de propaganda se ancora e o caráter teatral a que recorre para encenar defesas de ideologias e dissimular acerca de outras, enquanto repercutem práticas persecutórias e violam direitos e garantias fundamentais.

No modelo de Estado Neoliberal, o poder privado finge apoiar truísmos morais, contudo, a única meta é o lucro privado, que na propaganda corporativa está colocado em termos de “livre iniciativa” e “livre mercado”, o que é salutar para os interesses dominantes. No entanto:

Livre comércio é um bom termo para ser utilizado nos departamentos de economia e em editoriais de jornais, mas ninguém do mundo empresarial, nem do governo, leva a sério essa doutrina. Os setores da economia americana que podem competir internacionalmente são, principalmente, aqueles subvencionados pelo governo: a agricultura intensiva, em termos de capital (a agroempresa, como é chamada), a indústria de alta tecnologia, a indústria farmacêutica, a indústria biotecnológica, etc. [...] O governo dos EUA faz o povo pagar pela pesquisa e pelo desenvolvimento e proporciona, em grande parte por intermédio dos militares, um mercado garantido para a produção supérflua. Se algo é comerciável, o setor privado encarrega-se dele. O sistema de subsídio público e lucro privado é o que eles chamam de livre empresa. (CHOMSKY, 1996b, p. 17).

As liberdades que procuram assegurar é que, a todo custo, sejam garantidos o privilégio, o poder e a concentração de riqueza a uma minoria, que são as prioridades fulcrais.

Em grande medida, a deterioração das condições de vida no hemisfério Sul pode ser atribuída às políticas neoliberais impostas pelo “governo mundial de fato” enquanto o mundo industrial buscava o caminho oposto, tornando-se cada vez mais protecionista (de modo destacado a América de Reagan), ainda que atrelado à linguagem bombástica do livre mercado. (CHOMSKY, 1993a, p. 20).

Tal conjuntura rendeu, inclusive, a elaboração da teoria da propaganda em coautoria com Herman. A partir daí já é possível falar em termos de uma propaganda corporativa, criada para sustentar e amparar um *establishment* dependente das forças de mercado, estas manejadas pelos interesses dos poderosos por meio do poder estatal, mais especificamente à mercê de um Estado sob o controle das concentrações de poder privado.

A chamada ordem neoliberal ou modelo de Estado neoliberal é a correlação de poderes privados e estatais, submetendo as demais instituições aos desmandos, ditames e interesses do capital financeiro, que Chomsky diz ser uma forma de totalitarismo pautada de cima para baixo, baseada nos interesses das elites dos setores dominantes.

“As regras básicas da ordem mundial são: o governo da lei para os fracos, o governo da força para os fortes; os princípios da “racionalidade econômica” para os fracos, o poder e a intervenção de Estado para os fortes” (CHOMSKY, 1996a, p. 335).

Coube à propaganda legitimar a política externa no Terceiro Mundo e normalizar a prática da agressão “aos olhos do poder imperial, ao mesmo tempo que lhe dava um potencial de genocídio” (CHOMSKY, 1976, p. 27). Para os povos pobres do exterior, a política imperial

tratou “uniformemente todo e qualquer fermento revolucionário como produto de uma conspiração comunista que deveria ser destruída pela força” (CHOMSKY, 1976, p. 32).

Para essa gente significava a imposição da democracia de esquadrão da morte segundo o modelo latino-americano, que nada mais é do que “o livre-arbítrio com uma pistola na cabeça” (CHOMSKY, 2003a, p. 392). “Assim, quando um país satisfaz certas condições básicas, os Estados Unidos toleram as formas democráticas, embora, no Terceiro Mundo, onde é difícil garantir o efeito apropriado, isso raramente chegue a acontecer” (CHOMSKY, 2003a, p. 412).

A fábula ou farsa da Guerra Fria permitiu vantagens aos Estados Unidos na corrida armamentista e a ocupação do posto de maior complexo industrial-militar do planeta, graças à exploração das jazidas de minerais nas regiões periféricas, sobretudo, para a fabricação de artefatos de guerra, fundamental para aperfeiçoar a tecnologia bélica, um negócio altamente lucrativo para as grandes corporações estrangeiras. “Na ordem mundial ora em evolução, a vantagem comparativa dos Estados Unidos está na força militar, no qual o país reina supremo” (CHOMSKY, 2003a, p. 15).

A “ameaça comunista”, de caráter idílico, se revelou um dispositivo de propaganda muito útil para mobilizar a opinião pública. Nesse contexto, genocídios foram cometidos em nome da “Guerra Contra o Terror”, a serviço do anticomunismo. Quando se trata de frear o ímpeto popular, a mesma fórmula pode ser aplicada, na medida em que o poder dominante munido de sua pureza de combater o mal, tende a bloquear tais tendências, também rechaçadas sob a retórica altissonante do anticomunismo, como veremos mais adiante.

Tomando como premissa a prerrogativa de Chomsky de que a Guerra Fria serviu para fortalecer os setores privilegiados da sociedade, a partir das ações de expansão e realinhamento empreendidas na ordem internacional, nos debruçaremos também em discutir a doutrinação da ideologia do “mercado livre” e o conceito de “tirantias privadas” em face do argumento de Chomsky, bem como o de “demonização do trabalhador”, classificações importantes para compreender o prisma da propaganda corporativa.

O termo *livre empresa*, que na prática se refere ao subsídio público e ao lucro privado, com maciça intervenção governamental para manter um estado de bem-estar para os ricos. Na realidade, é provável que em seu uso corrente qualquer frase contendo a palavra “livre” signifique o oposto do seu sentido real. (CHOMSKY, 1996b, p. 113, grifo do autor).

É uma retórica de propaganda que pretende “preservar um certo sistema de ordem mundial para garantir que os países do mundo continuem abertos, até onde for possível, à

exploração por parte de empresas” (CHOMSKY, 2007a, p. 47). A propaganda corporativa é indispensável porque garante a manutenção do *establishment* e *status quo*, e seu papel é angariar uma opinião pública conivente aos interesses das grandes corporações.

O cientista social australiano e um dos principais estudiosos de propaganda comercial, Alex Carey, argumenta de modo persuasivo que “o século XX tem se caracterizado por três desenvolvimentos de grande importância política: o crescimento da democracia, o crescimento do poder corporativo e o crescimento da propaganda corporativa como meios de proteger o poder corporativo contra a democracia”. (CHOMSKY, 1996a, p. 116).

O sistema de controle de pensamentos providencia o repertório ou escopo de doutrinação levando em conta os fatores que mais impulsionam o sistema corporativo, logo as abordagens e os artifícios retóricos se valem da produção de ameaças e do caos como táticas para vender a paz e a ordem, conforme se deu em relação ao “inimigo externo”.

Já a outra vertente, é “a guerra contra o “inimigo interno”, entendido na prática como sendo aqueles que desafiam a ordem tradicional de domínio e controle” (CHOMSKY, 1996a, p. 78). Paralelamente ao contexto externo do período da Guerra Fria, Chomsky também sopesa a mesma fórmula de propaganda, agora direcionada ao ataque à classe trabalhadora.

#### 4. POR QUE FABRICAR O CONSENSO?

*“A política<sup>28</sup> é a sombra projetada sobre a sociedade pelos grandes negócios”  
(John Dewey).*

Chomsky assinala que o poder dos EUA se concentra basicamente nas corporações e no mundo corporativo. As corporações procuram maximizar o lucro e a participação no mercado. E o interesse do Estado norte-americano é maximizar o poder global e os lucros. Para manter os privilégios, o poder e a concentração de riqueza, o setor empresarial depende de propaganda.

“A verdade é que as políticas governamentais são feitas para instituir e preservar o poder do Estado e das classes dominantes. Nos EUA, esse poder de classes está, principalmente, nas mãos do setor corporativo” (CHOMSKY, 2017a, p. 158). Essa classe é estritamente ligada ao Estado, porquanto há um elo muito próximo entre o poder governamental e o poder corporativo.

A palavra “classe” possui várias associações. Quando você a emprega, todos ficam estupefatos, pensando: “Lá vai um marxista furioso”. Mas, para fazer uma análise de classes realmente séria, você não pode simplesmente falar em classe dominante. Os professores de Harvard fazem parte da classe dominante? Os editores do The New York Times fazem parte da classe dominante? E quanto aos burocratas do Ministério das Relações Exteriores? Existem muitas categorias diferentes de pessoas. Portanto, você só pode falar muito vagamente das instituições das “elites” ou das pessoas dos “setores dominantes”. (CHOMSKY, 1996c, p. 108).

Segundo Chomsky, “classe” é uma das palavras das quais não se pode mencionar, sem contar as tentativas que são empreendidas para que a maior parte da população não tenha consciência de classe.

Nos Estados Unidos não é permitido falar de diferenças de classe. Com efeito, apenas dois grupos têm permissão para terem consciência de classe. Um deles é a comunidade empresarial, que tem uma consciência de classe fanática. O que eles escrevem está cheio de perigo das massas, de seu crescimento e poder e da necessidade de derrotá-los. É um tanto vulgar, um marxismo invertido. O outro grupo é constituído pelos altos setores do planejamento do governo. Eles

---

28 Carl von Clausewitz, autor da obra *Vom Kriege* (Da Guerra), no século XIX, dizia que “a guerra é a continuação da política por outros meios.” E Michel Foucault traz ainda uma nova interpretação: “a política é a guerra continuada por outros meios.” Ver: FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**. – Curso no Collège de France (1975-76). São Paulo: Martins Fontes, 2002.

dizem o mesmo – como temos de nos preocupar com as crescentes aspirações do homem comum e com as massas empobrecidas que buscam o aperfeiçoamento de padrões e prejudicam o clima para os negócios. (CHOMSKY, 1996c, p. 104).

O sistema corporativo domina a economia e a sociedade e é composto pela junção que fizemos a partir da percepção da analítica de Chomsky: “as elites dos setores dominantes”, que é a “minoría opulenta e próspera”. Os donos e controladores das empresas são os “amos ou senhores da humanidade” da máxima de Adam Smith, mas, conforme salienta Chomsky, os indivíduos podem ser bons e solidários, mas as instituições, as empresas não têm sentimentos. “As empresas têm permissão para fazer “boas ações”, mas somente se estas tiverem um impacto favorável sobre sua imagem, seu lucro e fatia de mercado” (CHOMSKY, 2009, p. 230).

As corporações são monstros, estruturas tirânicas que visam nada mais que a concentração de lucro e poder. “As empresas procuram maximizar seu lucro, seu poder, a participação no mercado e o controle sobre o Estado. Às vezes o que elas fazem ajuda outras pessoas, mas isto acontece por acidente” (CHOMSKY, 1997, p. 13).

É importante ressaltar que não há qualquer correlação do pensamento de Chomsky com as teorias da conspiração, como a *Illuminati*. Tentativas de associá-lo a essas correntes não passam de desonestidade intelectual. O pensador está mais interessado em observar o ‘viés sistêmico’ ou a “irracionalidade institucional do sistema” que permeia as tentativas de manipulação efetuadas pelo mundo corporativo, e não em um então controle poderoso exercido por uma possível “sociedade secreta”. Quando se apropria do termo “senhores ou mestres da humanidade” de Adam Smith, o pensador amplia o conceito e o aplica às grandes corporações, ao setor privado.

“O país é basicamente propriedade de uma rede de conglomerados que controla a produção, o investimento, a atividade bancária e assim por diante, e esses conglomerados estão estreitamente interligados e muito altamente concentrados – eles são donos do país” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 422).

Chomsky é enfático em destacar que a aquiescência e o conformismo são estabelecidos por consenso na sociedade, que se submete ao sistema de poder corporativo, como descrevemos no capítulo 2. O simulacro de ameaças criado pela propaganda corporativa se dá no sentido de instilar a preocupação e o temor de que o empresariado irá sabotar as decisões tomadas ou decididas pela maioria da população, já que as necessidades que devem ser priorizadas e atendidas são as das elites. Se o povo acha, por exemplo, que as grandes fortunas deveriam ser



taxadas, os ricos irão impedir que qualquer outra coisa funcione, caso haja interferência em seus privilégios.

[...] “você esgotam os ricos, e vão descobrir que o capital migrará para outra parte, não terão mais empregos, não terão nada”. Essas não são exatamente as palavras que usariam, mas significariam o seguinte: “Se vocês não nos deixarem contentes, não terão nada, porque nós somos os donos daqui; vocês vivem aqui, mas quem manda somos nós”. E, de fato, é basicamente essa mensagem que é apresentada, não com essas palavras, evidentemente; sempre que se toma em algum lugar alguma medida de reforma, eles montam uma grande campanha de propaganda dizendo que isso vai prejudicar os empregos, os investimentos, vai ser uma perda de confiança nos negócios, e assim por diante, o que é só uma maneira complicada de dizer: se não mantiverem o empresariado contente, a população não vai ter coisa alguma. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 100, p. 95).

Se houver a implantação de políticas “indesejadas”, haverá ameaças de fuga de capitais, de cortes e de declínio social, pois isso representa uma ameaça aos privilégios.

Resumindo a questão essencial em termos grosseiros: a menos que os ricos e poderosos fiquem satisfeitos, todos sofrerão, porque eles controlam as alavancas sociais básicas, determinando o que será produzido e consumido e que migalhas resvalarão para seus súditos. Para os sem-teto que vivem pelas ruas, portanto, o objetivo primário é garantir que os ricos vivam felizes em suas mansões. (CHOMSKY, 2003a, p. 465).

De acordo com o pensador, o mundo só [...] “recompensa obediência e serviço. É um mundo de concentração de poder, e as pessoas que têm o poder não vão recompensar quem questiona esse poder” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 286).

A propaganda tenta convencer que a revolta só piora ainda mais a forma como as coisas funcionam, procura então fabricar ameaças, suscitar medo, desilusão e desesperança. “Destruir a esperança é um projeto de importância crucial. Quando se atinge esse alvo, a democracia formal é permitida – até mesmo estimulada, ainda que apenas com o objetivo de relações públicas” (CHOMSKY, 2004, p. 16).

Sendo assim, a propaganda corporativa fabrica uma ilusão de democracia. E posições contrárias ao *status quo* são aceitáveis e toleráveis, “desde que permaneçam fielmente dentro do sistema de pressuposições e princípios que constituem o consenso da elite, um sistema de tal forma poderoso que é em grande parte internalizado sem consciência” (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 365).

Os requisitos principais da doutrina oficial devem ser respeitados, e precisam estar de alguma forma incluídos até no discurso crítico, caso contrário, a discussão será eliminada ou marginalizada. No processo de fabricação do consenso e formação da opinião pública é preciso apresentar os fatores que primeiramente expressam a ideia básica da doutrinação, controlando de forma sutil as demais opiniões que não se enquadram na estrutura do sistema de propaganda corporativa.

[...] seja sobre a Guerra Fria, ou o sistema econômico, ou o “interesse nacional” e assim por diante, é apresentada uma esfera de debate dentro dessa estrutura, de forma que o debate só aumenta a força dos pressupostos, infundindo-os nas mentes das pessoas como sendo todo o espectro possível de opinião que existe. Portanto, vejam, em nosso sistema, o que poderia ser chamado de “propaganda do Estado” não é expresso como tal, como seria em uma sociedade totalitária – antes, é implícito, é pressuposto, fornece a estrutura para debate entre as pessoas que são admitidas na discussão predominante. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 30).

O grau de manipulação nas sociedades de democracia formal, isto é, quando existe algum funcionamento das instituições democráticas, precisa ser o mais elevado possível, porque já não se pode mais recorrer à força física como nas sociedades despóticas. As técnicas de propaganda precisam ser moldadas por meio de doutrinação e estratégias de distração mais eficientes. A violência é, portanto, simbólica, baseada numa forma de controle ideológico bem mais sofisticada.

A fatídica propaganda concebe então o espectro de crenças da ideologia dominante, com a difusão das “ilusões necessárias”, tanto para a fabricação de ameaças - com o objetivo de obter apoio para combatê-las - quanto para erguer pretextos fraudulentos em nome da paz, das liberdades e da democracia. Para o pensador, o simulacro de ameaças fabricado nessas circunstâncias “se provara muito útil para mobilizar a população nacional a apoiar o intervencionismo no exterior e o privilégio no âmbito interno” (CHOMSKY, 2003a, p. 143).

Vimos como esse modelo de propaganda devastador, sob uma retórica obsoleta de “proteção” e “defesa”, foi determinante para a política imperialista e para a expansão dos investimentos privados das indústrias de alta tecnologia, fortalecendo ao mesmo tempo a noção de ‘império’, a corrida armamentista e as grandes corporações.

Todo um arcabouço ideológico sistemático foi fabricado para justificar as políticas intervencionistas. Agora veremos mais diretamente o mesmo padrão ou a mesma lógica de uma

fórmula de controle de pensamento aplicada a outro patamar, que procura barrar e coibir a todo custo, a participação pública efetiva na tomada de decisões.

#### 4.1. A Heresia da Democracia

“De um modo geral, uma sociedade é democrática na medida em que o povo tem oportunidades significativas de participar da formação das políticas públicas” (CHOMSKY, 1997, p. 10). De acordo com o pensador John Dewey, a democracia é a única forma de vida digna do ser humano.

“A democracia é uma forma pessoal de vida, controlada não apenas pela fé na natureza humana em geral, mas também pela fé na capacidade que os seres humanos possuem de julgar e agir inteligentemente, quando condições apropriadas lhe são fornecidas” (AMARAL, 2007, p. 81).

Segundo Chomsky, uma vez que a democracia não é exercida pelo e para o povo, é um conceito que não existe no modelo de Estado Neoliberal, pelo contrário, há um desprezo pela democracia.

Veja o termo *democracia*. De acordo com o significado comum, uma sociedade é democrática para que extensa parte do povo possa participar, de modo significativo, da direção de seus interesses. Mas o sentido doutrinário de democracia é diferente: ele se refere ao sistema no qual as decisões são tomadas pelos setores da comunidade empresarial e a elite a ela relacionada. (CHOMSKY, 1996b, p. 112, grifo do autor).

O pensador expressa as tentativas empreendidas pelo sistema corporativo para suspender e bloquear uma então “heresia da democracia”. “A democracia é admissível desde que o controle dos negócios esteja fora do alcance das decisões populares e das mudanças, isto é, desde que não seja democracia” (MCCHESENEY, 1998, p. 10). Como Malcolm X<sup>29</sup> disse em 1960, “a democracia nos Estados Unidos é sinônimo de hipocrisia”. Segundo Chomsky, o que prevalece é a democracia de mercado numa ordem neoliberal.

Qualquer tentativa de mais participação nas questões públicas será barrada e receberá o rótulo de “crise da democracia” pela propaganda. O perigo de uma população unida e engajada

---

<sup>29</sup> *In*: CHOMSKY, Noam. **Réquiem para o sonho americano**: os dez princípios de concentração de riqueza e poder. – 1. ed. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2017.

representa aquilo que denominam como “arma definitiva”, de modo que sabem que estarão arruinados e acabados se o povo resolver intervir nas estruturas opressoras e arbitrárias da sociedade ou mesmo se apropriar de determinadas instâncias, bem como modificar as decisões que são tomadas em seu nome.

Isso aterroriza a elite. “Quando você tem mulheres, negros, jovens, idosos, agricultores e toda essa corja tentando se inserir na arena pública, temos aí um problema. Logo, essas pessoas tiveram de ser marginalizadas de algum modo” (CHOMSKY, s.d, p. 47).

*A crise da democracia* descreve o fato de que no mundo industrial dos anos 60 havia um movimento social em direção à democracia: não se registrava apenas o movimento em favor dos direitos civis, mas também o dos jovens, das mulheres, dos grupos étnicos e outros. As parcelas geralmente passivas da população começaram a intrometer-se no funcionamento do sistema real. Esta era a crise da democracia que devia ser contida. As elites liberais concordaram que este avanço devia ser suspenso e descreveram formas de reconduzir a população à apatia e à passividade que lhe são características, discutindo como isso deveria ser feito. (CHOMSKY, 1998a, p. 99).

Sendo assim, “crise da democracia” quer dizer, na inferência de Chomsky, democracia em excesso ou existência exagerada de democracia. Nos Estados Unidos, a democracia é ainda mais temida interna do que externamente.

A importância do “controle da opinião pública” era reconhecida com clareza cada vez maior à medida que as lutas populares conseguiam ampliar as modalidades de democracia, fazendo surgir desse modo, aquilo que as elites liberais chamam de “a crise da democracia” – o que acontece quando populações normalmente passivas e apáticas se organizam e tentam entrar na arena política em busca de seus interesses e demandas, ameaçando a estabilidade e a ordem. (CHOMSKY, 2002a, p. 61).

Ao público, só é cabível a democracia limitada e consultiva, o que lhe permite escolhas ocasionais, sendo assim, o papel principal dos governados é o de espectador e não de participante.

Numa democracia, o governado tem o direito de consentir, mas nada além disso. Na terminologia do pensamento progressista moderno, a população pode ser “espectadora”, mas não “participante”, à parte a ocasional escolha de líderes representativos do autêntico poder. Essa é a arena política. Da arena econômica, que é onde se determina a maior parte do que acontece na sociedade, a população em geral deve ser totalmente excluída. Aqui o público não tem nenhum papel a cumprir, de acordo com a teoria democrática dominante. (CHOMSKY, 2002a, p. 50).

Há uma democracia representativa na esfera política, mas não na esfera econômica. De acordo com Chomsky (2002a, p. 153), tornou-se necessário “criar uma falsa impressão para iludir o público e excluí-lo por completo – dentro dos quais os líderes responsáveis exercem o seu ofício nas sociedades democráticas”. Há, portanto, uma fantasia de democracia.

Conforme elucida Chomsky, a concentração de poder nas mãos das grandes corporações leva automaticamente ao declínio da democracia. Com isso, faz alusão ao ilustre pensador John Dewey.

Dewey reconheceu que “a política é a sombra projetada sobre a sociedade pelos grandes negócios” e, já que tem sido assim, “a atenuação da sombra não mudará a substância” [...] a democracia requer que a fonte de sombra seja removida, não somente por causa de seu domínio na arena política, mas porque as verdadeiras instituições de poder privado minam a democracia e a liberdade. (CHOMSKY, 1996a, p. 113).

Neste sentido, se são os ricos que detêm o poder, não pode haver, de fato, uma autêntica democracia. Chomsky esclarece, “onde quer que os governantes, sejam eles parte de uma maioria ou de uma minoria, detenham o poder graças a uma fonte de riquezas, seu governo é uma oligarquia” (CHOMSKY, 2017a, p. 27).

O poder decisório do voto é uma “ilusão necessária”, afinal: “Espera-se que o povo se manifeste para ratificar decisões tomadas por outras pessoas, ou que selecionem seus representantes, no que conhecemos como “eleições”, dentre os membros dos setores dominantes da sociedade. Isso ajuda, porque legitima” (CHOMSKY, 1997, p. 17).

Contudo, votar é mais uma função que cabe ao papel de mero espectador do que, propriamente, de participante, uma vez que as campanhas eleitorais se baseiam nas sofisticadas técnicas de propaganda como forma de guiar o público a tomar decisões que em nada lhe beneficia, já que estão sob a égide dos interesses privados.

Quando as instituições do sistema de relações públicas participam de campanhas eleitorais, procuram criar um eleitorado desinformado que seja levado a fazer escolhas irracionais, quase sempre contra seus próprios interesses [...]. Afinal, é importante mantê-los distantes dos grandes problemas – e a razão para isso é bastante clara [...]. Por isso, tratam de induzir as massas a preocupar-se com coisas irrelevantes e minar a democracia – e também contribuir com o objetivo geral de marginalização e fragmentação política da população e canalizar suas preocupações para longe daquilo que realmente poderia ser importante, na condição de agentes participativos de

uma sociedade livre, democrática e vibrante, na qual trabalhassem por ela como um todo. (CHOMSKY, 2017a, p. 147).

Chomsky resgata então o conceito de “poliarquia”, uma terminologia da ciência política, para classificar o sistema em que a elite decide e o povo ratifica. Qualquer forma de democracia além disso passa a ser um problema.

Como já salientamos, com o propósito de propaganda, “as formas democráticas podem ser toleradas e até admitidas”. Entretanto, sem que haja qualquer modificação efetiva nas estruturas de poder, pois, se isso ocorrer, será preciso fazer com que “a participação significativa das “classes populares” seja barrada” (CHOMSKY, 2003a, p. 182). Portanto, há um mínimo de tolerância em aceitar determinadas reivindicações, “desde que as instituições básicas de poder e dominação continuem intactas” (CHOMSKY, 1996c, p. 109).

Se as reivindicações ultrapassam o limite aceitável de democracia e o povo passa a querer participar mais ativamente das decisões e começa a pressionar e a questionar em demasia, torna-se então uma crise a ser superada. Neste sentido, a “crise da democracia” é apenas mais um pretexto de propaganda. Segundo Chomsky, nos EUA só é admitida:

[...] uma forma de democracia de cima-para-baixo que mantém as estruturas tradicionais do poder, basicamente as empresas no controle efetivo. Qualquer forma de democracia que respeite essencialmente essas estruturas tradicionais é aceita; qualquer modalidade que diminua o seu poder continua a ser intolerável. (CHOMSKY, 1997, p. 09).

Se a população - a “ralé”, a “horda confusa”, os “interesses especiais”- coloca-se como um empecilho ao privilégio das elites, é preciso fazê-la retornar ao seu devido lugar, de espectadora passiva.

A Comissão Trilateral, fundada por David Rockefeller em 1973, dedicou o seu primeiro grande estudo à “crise da democracia”, que atingiu o mundo industrial no momento em que amplos setores da população tentaram adentrar a arena pública [...]. A fim de superar a crise da democracia, a comissão propôs formas de restaurar a disciplina e fazer com que o público em geral retornasse à passividade e à obediência. (CHOMSKY, 2002a, p. 69).

Chomsky vai além ao designar que à fábrica de controle de pensamentos “não basta apenas a obediência; deve-se garantir também que nada possa ser pensado fora da ideologia oficial” (CHOMSKY, 1998a, p. 71). Por isso a importância de controlar o pensamento.

Visto que as massas alcançaram direitos políticos e civis, torna-se cada vez mais difícil controlá-las pela força; sendo assim, é necessário controlar seu pensamento, isolá-la, sabotar organizações populares (sindicatos, etc.), as quais podem fornecer às pessoas de recursos limitados meios de participar, de forma significativa, da arena política. (CHOMSKY, 1993a, p. 23).

Nesse contexto, a propaganda corporativa precisou providenciar um método norte-americano de contenção aos dissidentes e subversivos, a chamada “horda de vigilantes”.

[...] uma preocupação constante das elites ocidentais é que organizações populares possam vir a lançar as bases da democracia significativa e das reformas sociais, ameaçando as prerrogativas dos privilegiados. Aqueles que buscam “levantar a multidão da gentinha” e “atraí-la para associações e combinações mútuas” contra “os homens de qualidade superior” devem, por conseguinte, ser reprimidos e eliminados. (CHOMSKY, 2003a, p. 449).

Chomsky detecta um modelo de doutrinação que deu origem à fórmula de *Mohawk Valley*, com o intuito de marginalizar, solapar e minar reivindicações populares. Isso também ficou conhecido como o método de fura-greves.

O elemento principal da forte propaganda ideológica das relações públicas, depois da Segunda Guerra, foi a demonização do trabalhador. A mídia comercial tentava de todas as formas arruinar as conquistas dos trabalhadores e atenuar os crimes dos governantes corporativos que administravam a sociedade.

Cerca de um terço do material utilizado no ensino fundamental vinha diretamente das empresas de propaganda corporativa desde a década de 1950. O comando dos times foi assumido. O controle das igrejas foi assumido. As universidades foram atacadas. Houve grandes esforços para tentar vencer a eterna luta pela mente dos homens. E isso ocorre até hoje. (CHOMSKY, s.d, p. 43).

A partir daí, foi criada uma fórmula de propaganda cujo principal objetivo era frear o movimento operário e dismantelar a resistência, encarada como a subversão da esquerda, uma baderna promovida por perigosos subversivos. Para Chomsky, a propaganda atuou no sentido de demonizar o trabalhismo e o pluralismo e instilar a agitação pública de forma a legitimar o direito de lutar e exterminar trabalhadores, sindicatos e minorias, tidos como extremistas comunistas.

## 4.2. A Fórmula de *Mohawk Valley*

No capítulo anterior observamos toda aquela grotesca propaganda que remete à retórica *orwelliana*, levada a cabo para sustentar e amparar o *establishment*, impulsionada pela dinâmica da ideologia e do capital, que procurava autorizar o avanço sobre o Terceiro Mundo, em razão de um perigoso, ameaçador e cruel inimigo externo.

[...] “os inimigos da democracia [...] são "terroristas"; ainda melhor, "terroristas comunistas" ou terroristas apoiados pelo comunismo internacional. A ascensão e declínio do terrorismo internacional na década de 1980 fornece muitos *insights* sobre "a utilidade das interpretações<sup>30</sup>".

A mesma fórmula de propaganda foi reaproveitada para fabricar o consenso da “ameaça comunista” representada agora pelo inimigo doméstico, numa vertente paralela ao inimigo estrangeiro, e com alguma similaridade entre ambos. A ascensão de um padrão de doutrinação anticomunista coincidiu com a mesma ânsia em mobilizar conviência para o compromisso com o poder e a violência do Estado. Nos dois casos, o que se combatiam eram os mesmos “distúrbios” da insubmissão e da desobediência.

[...] “comunismo”, de acordo com a convenção de praxe, refere-se à incapacidade de interpretar a “democracia” como dominação da elite, sejam quais forem os demais compromissos dos “comunistas”. Com a política à solta, ficamos diante de uma “crise da democracia”, como sempre compreenderam os setores privilegiados. (CHOMSKY, 2003a, p. 415).

Na retórica de contenção de inimigos, o objetivo é reestabelecer a ordem, a obediência, o conformismo e a submissão. “A voz do povo é considerada um problema a ser superado, é preciso garantir que a voz pública fale as palavras certas”. E mais, há o “ataque ao pensamento independente [...] e a eliminação de qualquer desafio articulado à dominação do negócio<sup>31</sup>”.

A função do palavreado de doutrinação é de marginalizar os levantes populares e as livres e espontâneas expressões e reivindicações que emergem do interior das massas, nomeadamente os “interesses especiais”. Este conceito se contrapõe ao de “interesse nacional”.

---

<sup>30</sup> Necessary Illusions: **Thought Control in Democratic Societies**, Boston: South End Press, 1989. In: <https://zcom.org/necessary-illusions/>. Acesso em 16 mar.2017. Tradução nossa.

<sup>31</sup> Idem, *ibidem*.



[...] “interesses especiais” um conceito de retórica política contemporânea que se refere a trabalhadores, agricultores, mulheres, jovens, idosos, deficientes, minorias étnicas, e assim por diante – em suma, a população em geral. O “interesse nacional”, tacitamente assumido como representado por um setor notavelmente omitido da lista de “interesses especiais”: corporações, instituições financeiras e outras elites empresariais<sup>32</sup>.

A propaganda corporativa procura fabricar o consenso em prol do “interesse nacional”, em detrimento dos “interesses especiais”, todavia, para que isso seja possível, é preciso obstruir o raciocínio e a reflexão através dos mecanismos e táticas de inversão da realidade, transformando a população na grande inimiga dos princípios democráticos, desencadeadora e provocadora da chamada “crise da democracia”, um falso pretexto de propaganda, que dissemina a crença de que os participantes de movimentos e manifestações populares querem infringir a paz e atentar contra a moral e os bons costumes.

Essa é uma crença baseada na ideologia do nazifascismo, que consiste na “obsessão com teorias da conspiração vagas que repetem que “eles” estariam tentando destruir você, ameaçar sua família, sua propriedade, sua vida” (CARAPANÃ, 2018, p. 39). Daí surgem as expressões de cunho pejorativo contra os mais vulneráveis como “subversivos”, “marginais” e “baderneiros”, para citar alguns exemplos.

“Nos últimos tempos, o espectro político dominante se deslocou de tal forma para a direita que o desejo majoritário da população e o que era o convencional soa agora radical ou extremista” (CHOMSKY, 2017a, p. 73).

Os poderosos temem que uma população unida e organizada venha a arruinar seus privilégios. Com isso, negam os fatos enquanto recriam novas e falsas interpretações. O hiato entre a doutrina e a realidade é evidente. “A “crise da democracia”, é percebida pelas elites ocidentais à medida que a normalmente passiva população ameaçava participar do sistema político, desafiando os privilégios e poderes estabelecidos” (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 294).

A propaganda corporativa deve então atrapalhar a formação de uma população unida e engajada. Para isso, lança mão de técnicas de doutrinação, desvios e distrações, recursos já conhecidos como propícios para dificultar a conscientização e a reflexão.

“O ser humano, um produto social, teria como se libertar apenas socialmente [...] A busca da liberdade seria, portanto, um esforço coletivo presente para sua construção num futuro” (CORRÊA, 2006, p. 07). A tentativa de fragmentar e atomizar o público é uma técnica

---

<sup>32</sup> Idem, ibidem.

infalível para atravancar o elemento contestador, a resistência, e assegurar que o povo não se sinta compelido a perturbar a ordem.

O vazio de pensamento pode desencadear emoções extremas como intolerância, raiva e ódio em direção a alvos previamente definidos, alvos estes que podem ser qualquer coisa que ameace os interesses e privilégios das elites, como já de praxe no período da Guerra Fria.

“Enquanto a população em geral se mantiver passiva, apática, entretida com o consumismo ou distraída pelo ódio contra os vulneráveis, os poderosos continuarão fazendo o que lhes der na telha, e aos que sobreviverem não restará senão contemplar o resultado” (CHOMSKY, 2017b, p. 76).

Um dos alvos favoritos é a classe trabalhadora, da qual Chomsky é expoente de uma fórmula de propaganda que foi direcionada para travar uma verdadeira guerra contra o trabalhismo. É a chamada Fórmula de *Mohawk Valley*. Deu-se início a uma campanha agressiva e muito bem organizada com o intuito de marginalizar e destruir movimentos e organizações populares.

Essa fórmula de propaganda foi tão eficaz que ainda é possível detectar seus sintomas nos atuais ecossistemas midiáticos cujo impacto simbólico ainda está embrenhado na retórica de propaganda. “Grande parte da estrutura básica da Guerra Fria permanece intacta, à parte as modalidades de controle da população do país” (CHOMSKY, 2003a, p. 81).

Naquelas circunstâncias, o método norte-americano de democracia ou o “caminho americano” se viu ameaçado pelo ativismo popular e pela população politizada, a então “horda de vigilantes”.

O que queremos dizer com “democracia de estilo norte-americano” é um sistema político com eleições regulares, mas sem nenhum questionamento sério da dominação empresarial, não há dúvida de que os estrategistas políticos norte-americanos anseiam por vê-la estabelecida no mundo inteiro. (CHOMSKY, 2003a, p. 411).

Na concepção das elites, os trabalhadores estavam pondo em xeque os “valores americanos”. A propaganda corporativa precisou, então, encontrar meios de despolitizar o público, desarticular a resistência e insuflar a demonização do trabalhador. Dessa forma, por meio da doutrinação, “o povo é mantido deliberadamente alienado da participação política” (CHOMSKY, 2017a, p.148).

“Há alguma verdade no fato de o paradigma da Guerra Fria ter sido extremamente útil para controlar as pessoas. Pegue como exemplo o movimento operário. Um dos meios de

controlar, diminuir e destruir o movimento operário foi eliminar o elemento ativista” (CHOMSKY, s.d, p. 75).

Quando a economia soviética estagnou na década de 1980, atribuiu-se o fato à ausência de mercados; quando a Rússia capitalista se desintegrou nos anos 90, a culpa foi atribuída não ao agora dominante mercado, mas ao fracasso dos políticos e dos trabalhadores em permitir que os mercados realizassem sua magia. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 19).

O elemento contestador, resistente, subversivo e dissidente poderia servir de exemplo e contagiar outros, numa perspectiva similar com o perigo representado pelo inimigo externo. O que verdadeiramente os poderosos temem é a democracia genuína, de um povo decidido a interferir no funcionamento de um sistema que privilegia apenas os interesses privados, que procura transformar a realidade imposta, ao reivindicar direitos e dignidade, ao reclamar as necessidades do bem comum e por decentes e melhores condições de vida.

“A base da democracia é a liberdade, a solidariedade, a escolha do trabalho e a capacidade de participar da ordem social” (CHOMSKY, 1997, p. 21). Só uma democracia autêntica e não apenas formal é que poderia ocasionar impactos transformadores na sociedade e definir um futuro mais promissor para a maioria popular, já que sua principal prerrogativa parte da livre escolha dos cidadãos e de decisões tomadas por trabalhadores ativos e operantes. Mas não é isso o que acontece.

“A realidade é que as pessoas ou sabem, ou podem ser rapidamente convencidas de que elas não estão envolvidas na elaboração de políticas, que as políticas estão sendo elaboradas por interesses poderosos que não têm muito a ver com elas” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 100).

Desse modo, a propaganda se vale do esquema triádico da doutrinação, distração e marginalização como mecanismos para dificultar que o povo decida ou se dedique a modificar a ordem imposta, pois, nesse caso, as pessoas poderiam ter um acesso mais eficaz e efetivo aos privilégios sociais, isto é, teriam de fato uma democracia funcional, e essa possibilidade não deveria sequer ser vislumbrada.

Uma maioria organizada e unida, sobretudo, um movimento que emerge das camadas mais vulneráveis da população, torna-se uma grande ameaça às elites do setores dominantes. O alerta vermelho de perigo se acende. É preciso, então, esmagar esse ímpeto, e evitar, acima de tudo, que cheguem ao poder os governos com propostas sociais mais inclusivas.

A doutrina que perdura desde então reflete uma lógica já internalizada de que é preciso combater e erradicar aqueles que ficaram estigmatizados como “extremados comunistas”. Leia-se: bloquear organizações populares, no sentido *orwelliano*.

Uma vez dispersadas ou esmagadas as organizações populares e firmemente estabelecido o poder decisório nas mãos dos proprietários e administradores, as formas democráticas são bastante aceitáveis, e até preferíveis como recurso de legitimação da dominação da elite, nas “democracias” dirigidas pelo mundo dos negócios. (CHOMSKY, 2003a, p. 465).

A retórica de propaganda, isto é, a bravata persuasiva ou de convencimento foi primordial na construção de um espectro único de pensamento, o discurso elitista da democracia capitalista ou de mercado. A propaganda tinha o papel de corromper e desvirtuar o elemento contestador e dissidente, além de legitimar a perseguição aos marginais e subversivos. É neste sentido, que “a opinião pública “não está se movendo à direita, ela foi deslocada – inteligentemente – para a direita” (CHOMSKY, 1996, p. 120).

Ainda na década de 1930, a fórmula de *Mohawk Valley* foi um modelo de propaganda desenvolvido para acabar com as greves e destruir o movimento operário.

[...] a ideia era ir para uma comunidade em que houvesse uma greve acontecendo, inundá-la com propaganda ideológica, assumir o comando dos meios de comunicação, das igrejas das escolas, incluir nessa propaganda ideológica algum discurso sobre harmonia e, então, aparecem aqueles maus rapazes logo ali que estão tentando desintegrar nossas harmoniosas vidas. Como aqueles sindicalistas. Ele provavelmente é um anarquista, um comunista, ou seja, lá o que for e muito provavelmente não é norte-americano. Ele está tentando destruir todas essas coisas bonitas que nós temos. (CHOMSKY, s.d, p. 25).

Estava se delineando na arena pública a chamada “crise da democracia”, com camadas organizadas da população em geral procurando uma participação mais efetiva na tomada de decisões, bem como o fortalecimento do trabalhismo e o protagonismo de um público que se revelava cada vez mais politizado.

[...] uma grande campanha antitrabalho foi desenvolvida com novas técnicas. Ainda havia a utilização da força, mas entendia-se que ela não funcionaria mais do modo como era usada até aquele momento. Então, houve um deslocamento para mais propaganda ideológica. A ideia principal foi chamada fórmula de *Mohawk Valley*, projetada por várias relações públicas promissoras por volta de 1936 ou 1937, durante algumas das greves da

indústria do aço para ter o que eles chamavam de métodos científicos ou fura-greves. (CHOMSKY, s.d, p. 22).

A *Lei Wagner* de 1935 havia garantido uma série de direitos aos trabalhadores, de modo que as organizações trabalhistas ameaçavam seriamente o poder privado.

“O evangelista preferido de John D. Rockefeller [...] disse que as pessoas devem ter mais ideias iluminadas que agitações trabalhistas. As ideias mais iluminadas são ir à igreja, ouvir ordens, fazer o que eles dizem e calar a boca. Essas são as ideias mais iluminadas” (CHOMSKY, s.d, p. 26).

Segundo Chomsky, os Estados Unidos são o país mais fundamentalista do mundo, de modo que grande parte da propaganda ideológica possui uma parcela de religião envolvida.

A fórmula de *Mohawk Valley* foi o modo que encontraram para minar sindicatos e direcionar ações persecutórias aos sindicalistas, aos direitos e às garantias fundamentais. “O rebanho assustado estava efetivamente tendo vitórias legislativas e não é assim que as coisas devem ocorrer. O outro problema era que estava se tornando possível que as pessoas se organizassem. As pessoas devem ficar isoladas, segregadas e sozinhas” (CHOMSKY, 2003b, p. 21).

O poder popular representava um grande perigo, com a democracia em demasia ou em excesso se impondo como norma, o que não poderia ser tolerado.

Existe uma força organizada que, apesar de todas as imperfeições, sempre se manteve na linha de frente dos esforços para melhorar a vida da população como um todo. Ela é formada pelas organizações sindicais. É a única barreira capaz de deter o avanço desse círculo vicioso, que nos conduz a um Estado em que impera a tirania empresarial. (CHOMSKY, 2017a, p. 123).

Para evitar as preocupações, combater os desvios democráticos e barrar a ameaça da “democracia demais”, foi necessário apelar para a conhecida fórmula de “contenção do comunismo”, com a substituição do termo “conspiração”, que era aplicado à política externa, e então ressignificá-lo no sentido de uma “infiltração comunista nos Estados Unidos”.

Em todos esses casos a resposta foi a mesma: a Ameaça Vermelha de Wilson, a repressão pós-Segunda Guerra Mundial erroneamente rotulada de “macarthismo” (na verdade, uma campanha para minar os sindicatos, a cultura do proletariado e o pensamento independente, lançada por empresários e democratas liberais muito antes de McCarthy entrar em cena e cometer o erro, que acabou por destruí-lo, de atacar pessoas poderosas); e os programas da polícia política nacional inaugurados pelo governo Kennedy e ampliados por

seus sucessores, visando solapar os partidos políticos independentes e os movimentos populares, através da subversão e da violência. As guerras e outras crises têm o dom de fazer com que as pessoas pensem e até se organizem, e o poder privado recorre sistematicamente ao Estado para conter essas ameaças a seu monopólio da arena política e da hegemonia cultural. (CHOMSKY, 2003a, p. 38).

Foi preciso fabricar uma retórica de propaganda com o propósito de conter os elementos populares que clamavam por mudanças sociais e econômicas. Ainda que, nesse caso, realmente houvesse um “Partido Comunista, que foi a ponta de lança de todo tipo de militância – em prol dos direitos civis, de movimentos político-sociais e assim por diante” (CHOMSKY, 2017a, p. 124).

Inegavelmente, o perigo real era a possibilidade de as massas se apoderarem das arenas política, econômica e social. A “ameaça comunista” era o perigo irreal ou falso pretexto criado para mobilizar obediência e “estabilidade”. “O que os EUA querem é “estabilidade”, que quer dizer, segurança para as “classes dominantes” e liberdade para as empresas estrangeiras” (CHOMSKY, 1996b, p. 32).

O grande temor e medo do “comunismo” era, na verdade, o receio da união popular. Neste sentido, a propaganda procurava dispersar, isolar, marginalizar e despolitizar o público.

E isso tudo estava ligado à cruzada “anticomunista” da época – este é o verdadeiro significado daquilo a que nos referimos como “macarthismo”, que começou bem antes de Joseph McCarthy se envolver e foi realmente lançado pelos empresários, membros liberais do Partido Democrata e assim por diante. Era um modo de usar o medo e o nacionalismo exagerado para solapar os direitos trabalhistas e o funcionamento da democracia. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 514).

O padrão de propaganda que emergiu a partir desse período foi imprescindível para a manutenção do *establishment* e *status quo*, dando aval para que o controle, domínio e comando fossem conduzidos pelas rédeas das “tirantias privadas”. Ao público odioso não pertencia sequer algum lugar na arena pública. “Os métodos científicos de furar greves foram, na verdade, projetados a partir de ideias dos relações públicas [...]. Essa concepção tem sido empurrada goela abaixo desde então” (CHOMSKY, s.d, p. 23).

Chomsky expõe que a fórmula de *Mohawk Valley* foi absorvida também como ferramenta de ensino e educação, portanto, esse método de doutrinação começa a ser inserido desde a escola. São dispendidos valores altíssimos em campanhas de propaganda, tendo em

vista a domesticação e o controle do juízo público. Poucas pessoas param para pensar que estão sendo treinadas a serem obedientes e passivas.

Quando você assiste à televisão, talvez a uma série cômica para TV, você não esteja pensando “estou sendo exposto à fórmula de *Mohawk Valley*”. Mas você está sendo exposto à fórmula de *Mohawk Valley*. Esse é o retrato da vida que nos é apresentado dia após dia, incessantemente [...]. O que você vê é aquilo que brota da indústria das relações públicas, muito conscientemente. (CHOMSKY, s.d, p. 41).

Foi preciso deter e combater os ideais errados, que perturbavam a ideia que precisavam vender, a de “livre empresa”. Manter as pessoas dispersas e isoladas é elemento imprescindível para fazer prosperar a democracia capitalista de mercado. Como afirma Chomsky (s.d, p. 54), “somos convenientemente doutrinados”. Essa fórmula de propaganda não se tornou antiquada e obsoleta, pelo contrário, ainda permanece o ímpeto antitrabalhador, bem como as manifestações de intolerância ao pluralismo, à democracia, às liberdades e ao pensamento independente.

### **4.3. A Despolitização do Público**

A propaganda corporativa serve tanto para doutrinar e angariar adeptos quanto para distrair e desviar, conquistando o tão esperado conformismo ou passividade. O desvio em si também funciona como doutrinação, já que trata-se de um apagamento das possibilidades de contradição, de outras interpretações, daí a censura, a eliminação do outro, os epistemicídios etc.

Comportamentos que remetem à apatia, à inércia, à inação e à indiferença são úteis para os propósitos de propaganda, pois se configuram como uma opinião predominantemente consensual aos interesses das grandes corporações. “O sistema neoliberal tem, por conseguinte, um subproduto importante e necessário – uma cidadania despolitizada, marcada pela apatia e pelo cinismo” (MCCHESENEY, 1998, p. 10).

Movimentos e manifestações populares de contestação, resistência e dissidência são efeitos colaterais intoleráveis e indesejados pela iniciativa privada, sendo, portanto, combatidos como “ameaças à democracia”.

Democracia tem um significado muito especial no léxico político norte-americano. Significa essencialmente [...] o domínio dos grupos empresariais privilegiados conjugado com a passividade da população, que se limita a observar imóvel e às vezes, quando lhe dão oportunidade, a ratificar as decisões da elite. Isso é democracia. Qualquer avanço no sentido da participação popular na deliberação dos assuntos do Estado é perigoso. E isso não se tolera nem em casa nem fora dela. Fora de casa a forma de não tolerar consiste em enviar esquadrões da morte. Dentro de casa convém adotar medidas mais sofisticadas para impedi-lo. No entanto, eventualmente, o interesse em evitá-lo passa a ser muito grande tanto dentro quanto fora de casa. (CHOMSKY, 1998a, p. 98).

O modelo socioeconômico ajustado pelo neoliberalismo apregoa o mundo livre, entretanto, as decisões da arena pública são transferidas para o mercado, e, por conseguinte, ao invés de expandir a liberdade, aumenta a tirania.

A preferência da elite é o pilar sobre o qual se assenta a propaganda corporativa. A doutrinação professa os valores da democracia enquanto retórica, todavia, na prática, atenta contra ela, mantém o povo subjugado, confuso e sob controle. Os ditames neoliberais “deslocam a autoridade decisória das entidades democráticas para banqueiros e tecnocratas que servem de maneira mais confiável ao interesse corporativo transnacional” (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 43).

O consentimento nessa autoproclamada sociedade livre e democrática representa a reprodução do interesse de grupos seletos, estes se apropriam de determinados valores que são moldados para efeitos de propaganda, mas que não passam de máscaras convencionais ou de “ilusões necessárias”. As “ilusões necessárias, que já vislumbramos anteriormente, são nada mais que “super-simplificações emocionalmente potentes”, capazes de manter grande parte da população dócil, disciplinada e satisfeita, conforme aclara Chomsky.

O apoio à democracia é a província dos ideólogos e propagandistas. No mundo real, a aversão que a elite sente pela democracia é a norma. Há provas avassaladoras de que a democracia só é apoiada à medida que é capaz de contribuir para objetivos sociais e econômicos. (CHOMSKY, 2017b, p. 64).

A propaganda corporativa serve então para domesticar o pensamento, já que uma população politizada é o único perigo sério enfrentado pelo setor privado. É preciso fabricar um pensamento único, que privilegia o âmbito de perspectivas das elites. Tentativas de enxergar além da doutrinação precisam ser obstruídas. A propaganda é empregada para assegurar que “o



“público conscientizado” não chegue a entender o funcionamento do sistema estatal-corporativo” (CHOMSKY, 2009, p. 231).

Se tiver tempo para refletir, o público pode tomar consciência dos esquemas fraudulentos, arbitrários e autoritários, podendo vir a se organizar e rebelar; e se o povo começar a compreender toda a farsa, haverá sérios riscos para os setores dominantes. Logo, as estratégias desviantes atuam para impedir que isso aconteça, pois: **“IGNORÂNCIA É FORÇA”**.

Se estão protegendo segredos, de quem estes estarão sendo protegidos? Principalmente da população do país [...]. Têm principalmente o objetivo de assegurar que o maior inimigo – isto é, a população do país – seja mantida na ignorância sobre as ações dos poderosos. E isso porque os que estão no poder, seja o poder econômico, governamental ou doutrinário, têm medo de que as pessoas realmente se preocupem e, portanto, é preciso, como disse Edward Bernays, manipular conscientemente suas atitudes e convicções. (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 98).

Manter o público na ignorância, desinteressado, fora da tomada de decisões e alheio aos esquemas das elites são os primeiros propósitos da propaganda corporativa. Uma população despolitizada, estupidificada, domesticada, alienada e entretida com coisas superficiais, fragmentada, isolada e desorganizada não vai agir em defesa própria. O papel da propaganda é tentar interromper a livre associação de pessoas em questões essenciais acerca das condições que permeiam a vida em sociedade. É preciso dificultar o questionamento, a reflexão e o pensamento.

“Uma obsessão da elite é plausivelmente indicada por um princípio simples: as pessoas são perigosas. Se puderem se envolver em questões relevantes, elas poderão mudar a distribuição de poder, em detrimento daqueles que são ricos e privilegiados” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2003, p. 58).

Chomsky define que o aparato de propaganda e doutrinação visa “educar” o público quanto a alguns preceitos, associando, por exemplo, o conceito de “livre empresa” ao de “norte-americanismo”, da qual esperam o compromisso da população frente a esses princípios, sendo qualquer tentativa de oposição considerada deslealdade e antipatriotismo. A retórica buscava “mobilizar a opinião pública a favor de conceitos tolos e vazios como americanismo” (CHOMSKY, 2003b, p. 23).

Sob essa prerrogativa se ancora o *American Way of Life*. “A ideia é passar para a população a imagem de que somos uma grande família feliz. Nós somos América, temos um interesse nacional, e estamos trabalhando juntos” (CHOMSKY, 1996c, p. 107).

O discurso doutrinário é pomposo e dissimulado, composto por *orwellianismos*. E a verdade permanece escondida por trás da máscara da distorção e da falsidade.

Em abril de 1947, o Conselho de Propaganda anunciou uma campanha de cem milhões de dólares, usando toda a mídia, para “vender” o sistema econômico norte-americano – como o concebiam – ao povo norte-americano; o programa foi oficialmente descrito como um “projeto principal de educação do povo norte-americano acerca dos fatos econômicos da vida”. As corporações “iniciaram amplos programas para doutrinar empregados” [...] sujeitando sua audiência cativa a “Cursos de educação econômica” e testando-a em seu compromisso com o sistema de “livre-empresa” – ou seja, “norte-americanismo”. Uma pesquisa conduzida pela Associação Americana de Administração verificou que muitos líderes corporativos viam a “propaganda” e a “educação econômica” como sinônimas, ao sustentarem que “queremos que nosso povo pense direito”. A associação relatou que o comunismo, o socialismo e particularmente partidos políticos e sindicatos “são frequentemente alvos comuns de tais campanhas”. (CHOMSKY, 1996a, p. 117).

As pessoas, e ainda, os partidos políticos e sindicatos que tentam escapar desse espectro de doutrinação, se tornam alvos e inimigos a serem acuados e perseguidos sob as pechas de “antiamericanos”, “subversivos” e “extremados comunistas”.

Grandes campanhas de relações públicas [...] e outros aparatos para identificar a “livre empresa” – significando o poder privado subsidiado pelo Estado sem nenhuma violação às prerrogativas administrativas – como “o método norte-americano”, ameaçado por perigosos subversivos. A técnica de estimular o medo e o ódio por “estrangeiros”, “comunistas”, “anarquistas” e outras criaturas miseráveis era, claro, há muito, familiar. (CHOMSKY, 1996a, p. 116).

A doutrinação legitima a perseguição, fomenta o ódio e a destruição de organizações trabalhistas, movimentos populares, partidos políticos de oposição, e demais manifestações coletivas, fabricando a imagem daqueles que não apoiam o *establishment* e o *mainstream*, geralmente trabalhadores, como a de traidores.

Como o ativista que é, Chomsky relembra as oportunidades aproveitadas por grandes movimentos de resistência, que proporcionaram resultados muito importantes e significativos para a sociedade, como o das feministas, das minorias populares, dos negros, dos trabalhadores engajados em greves.

Nos anos 60, houve os movimentos de considerável democratização, de pessoas tentando fazer parte da arena pública, lutando por direitos civis, dignidade e garantias

fundamentais. Esses grupos periféricos deveriam ficar passivos, em seus devidos lugares, tinham que ser marginalizados de alguma forma, e a propaganda cumpriu seu papel de direcionar a raiva para eles, do mesmo modo que ocorrera com a luta da classe operária na década de 1930. Deram início, então, a um movimento gradual de marginalização da militância, do ativismo e da dissidência.

[...] Setores da população que eram normalmente indiferentes e apáticos se tornaram organizados e participativos, e começaram a fazer pressão em prol do atendimento de suas exigências. Passaram também a ter uma participação cada vez mais profunda nas tomadas de decisão, no ativismo político e em outras coisas mais. Foi um período civilizador – acho que é por isso que chamamos de “Anos Conturbados”. Simplesmente mudaram a visão predominante de muitas formas: os direitos das minorias; os direitos das mulheres; a preocupação com o meio-ambiente; a oposição a todo tipo de violência ou agressão; e a preocupação com outras pessoas. (CHOMSKY, 2017a, p. 22).

O ativismo social e político trouxe grandes avanços e conquistas, ainda que de uma forma geral possa haver pouco progresso quando se trata de mudanças substanciais e de efetivas modificações nas estruturas de poder. Mas o fato é que houve algum progresso, o que não é pouca coisa.

“E este progresso foi alcançado com esforço e luta: não aconteceu porque alguém ficou sentado falando a respeito, aconteceu por meio das lutas dos abolicionistas, do movimento feminista, do movimento trabalhista e outros” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 360).

Então continua sendo necessário batalhar constantemente pelo o que está ao alcance, para aquilo que é possível modificar. A mudança acontece pouco a pouco, é progressiva. A luta é contínua e permanente. Não obstante, cada passo dado por uns, acrescenta e contribui de alguma forma para o avanço e ganho de todos.

A luta contra a escravidão prolongou-se por uma eternidade, a luta pelos direitos da mulher vem rolando há séculos, o esforço para superar a “escravidão assalariada” – este se arrasta desde o começo da Revolução Industrial, e não avançamos um centímetro, estamos piores agora do que há cem anos em termos de entendimento das questões. Bem, tudo bem, continuem lutando. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 473).

Na percepção de Chomsky, movimentos sociais estão interligados à ideia de auxílio mútuo. Simpatia, empatia e solidariedade são traços fundamentais da personalidade humana, mas muito perigosos para as elites do poder privado, sendo assim, devem ser extirpados das

cabeças das pessoas. “A natureza do sistema é que ele deve ser impelido pela cobiça; ninguém deve se preocupar com mais ninguém, ninguém deve se preocupar com o bem comum” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 93).

À vista disso, fica claro o porquê de serem empreendidos tantos esforços de propaganda na intenção de desfazer os vínculos sociais, dispersar, fragmentar e isolar as pessoas. Uma população unida, engajada e organizada representa para o poder privado o perigo das revoluções.

“É à atividade política organizada que devemos o grau de democracia que desfrutamos hoje, o sufrágio universal, os direitos da mulher, os sindicatos, os direitos civis, as liberdades democráticas” (MCCHESENEY, 1998, p. 17). Desse modo, o esforço e empenho nunca é em vão. “Portanto, temos uma luta constante: períodos de regressão, alternando-se com fases de progresso” (CHOMSKY, 2017a, p. 22).

As elites dos setores dominantes temem pessoas honestas, corajosas, solidárias e empáticas, que se recusam a aceitar as ações que prejudicam os mais vulneráveis, impostas por estruturas arbitrárias de poder.

Os setores do sistema doutrinário servem para distrair a grande massa e reforçar os valores sociais básicos: a passividade, a submissão às autoridades, as predominantes virtudes da avareza e da ganância pessoal, a falta de consideração com os outros, o medo de inimigos reais e imaginários, etc. A finalidade é manter a já confusa horda mais confusa ainda. Não é necessário dizer para eles se aterem ao que está acontecendo no mundo. Na verdade, isso é até indesejável, pois se eles observarem demais a realidade, podem se decidir a transformá-la. (CHOMSKY, 1996b, p. 123).

Deixar de lado a passividade e lutar por uma sociedade mais livre, tolerante e justa são atitudes abominadas pelos poderosos que temem a perda de privilégios. Por esse motivo a propaganda corporativa precisa ser eficiente na doutrinação, nos desvios e distrações, e em colocar à margem da sociedade aqueles que se mobilizam.

É nesse sentido que há uma eterna luta dos poderosos pela mente dos homens. Em contrapartida, a mente dos homens possui um instinto de liberdade, e tenta escapar como pode da manipulação e controle. Existe, portanto, um contrapeso na balança desse ringue. Este é o grande paradoxo que permeia o sentido do título desta tese.

“Há uma grande pressão para transformar as pessoas em monstros patológicos que somente pensam em si próprios, acham que não têm nada a ver com ninguém mais, e que,

portanto, podem ser governados e controlados com muita facilidade” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 136).

A tentativa de convencimento por meio de discursos falaciosos e fraudulentos, que é de praxe da propaganda, pode vir a desencadear um comportamento que foge um pouco do controle habitual. É quando ao invés de produzir apatia, produz a histeria, um terreno propício para a proliferação do ódio. As reações chauvinistas com sintomas de agressividade são dependentes do sentimento de descarga emocional, canalização ou transferência da raiva, a chamada catarse. Dessa forma, ajuda a legitimar a perseguição aos alvos predeterminados pelos estrategistas de propaganda.

“É preciso induzir as pessoas ao ódio e ao medo. Se você não pode controlar as pessoas pela força, você deve controlar suas mentes e atitudes” (CHOMSKY, s.d, p. 24).

Uma população despolitizada poderia muito facilmente ser mobilizada a achar que é culpa de mais alguém: “Por que nossas vidas estão desabando? Tem de haver uns vilões aí fazendo algo para as coisas estarem tão ruins” – e os vilões podem ser judeus, homossexuais, negros ou comunistas, o que vocês quiserem. Se é possível arrebatar as pessoas para esse tipo de fúria irracional, isso pode ser extremamente perigoso: foi daí que veio o fascismo dos anos 1930. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 79).

Um cenário de constante ameaça em torno de um inimigo perigoso é terreno propício para a proliferação do ódio e da intolerância. O sistema doutrinário alimenta a raiva a fim de obter o consentimento para a manutenção dos privilégios e interesses privados. “Um objetivo fundamental de qualquer programa de doutrinação bem arquitetado é dirigir a atenção para outro lugar, desviando-a do poder efetivo, de suas raízes e dos disfarces que ele assume” (CHOMSKY, 2003a, p. 377).

Em algumas ocasiões, o fascismo passou a ser a melhor alternativa para combater o comunismo, porque era mais importante para os grandes negócios.

O principal obstáculo no caminho era a resistência antifascista. Nós, então, a reprimimos no mundo inteiro e instalamos em seu lugar, na maioria das vezes, fascistas e ex-colaboradores nazistas. Às vezes, isso requeria extrema violência, mas, em outras, isso era feito por meio de medidas mais suaves, como subverter eleições. (CHOMSKY, 1996b, p. 18).

E a população foi levada a fazer sacrifícios e abrir mão de políticas de assistência social e medidas de bem-estar em nome de um combate a um mal maior. Isso garante: “vantagens

para o setor empresarial e para os ricos, transferência de custos para a população em geral, armas novas e potencialmente poderosas contra a ameaça democrática” (CHOMSKY, 2002a, p. 83).

Para Chomsky, há a imposição de um modelo econômico de cunho fascista, já que “fascismo quer dizer uma forma especial de organização econômica, com coordenação estatal dos sindicatos e das corporações e um grande papel desempenhado pelos altos negócios” (MITCHELL E SCHOEFFEL 2005, p. 108).

Em suma, “nesses sistemas o Estado integra o trabalho com o capital sob o controle de uma estrutura corporativa” (CHOMSKY, 1997, p. 12). Sendo assim, o modelo de Estado é absolutista e cabe ao público o papel de subordinados, de apenas cumprir ordens.

Negócios ou grandes corporações são, internamente, estruturas fascistas. O poder está em cima. As ordens vêm de cima para baixo. Ou você segue as ordens, ou você está fora. A concentração do poder nessas estruturas significa uma repressão extrema de tudo o que faz parte do domínio ideológico ou político. Não que haja controle total. Há, sim, uma repressão profunda. Esses são fatos, nada mais. (CHOMSKY, 1996c, p. 30).

Um dos espetaculares feitos da propaganda é atizar a irracionalidade das pessoas, que passam a agir contra seus próprios interesses.

Há todos os tipos de pessoas que são simplesmente cínicas: não têm nenhuma fé nas instituições, não confiam em ninguém, odeiam o governo, presumem que estão sendo manipuladas e controladas e que há alguma coisa acontecendo e que elas não sabem. Ora, isso não é necessariamente um movimento para a esquerda: isso podia servir de base para o fascismo também – é só uma questão do que as pessoas fazem com isso. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 101).

O que persiste é um medo infundado do comunismo e um clima de constante paranoia. As pessoas passam a temer e a odiar umas às outras. “Existe mobilização e ativismo popular na direção de objetivos prejudiciais às próprias pessoas que dele participam. São coisas que estão tomando forma de um sentimento de raiva difuso – manifestações de ódio, ataques recíprocos, alvos vulneráveis” (CHOMSKY, 2017a, p. 158).

#### 4.4. As Tirantias Privadas

Os interesses da maior parte da população, da chamada “tirania da maioria” são rechaçados pela doutrina neoliberal cuja cartilha determina que o que deve prevalecer são os interesses e privilégios das grandes corporações, designadas por Chomsky de “tirantias privadas” ou “ditaduras formais”, que seriam as verdadeiras fontes de poder na sociedade.

Uma das sérias ilusões sob as quais vivemos nos Estados Unidos, que é uma parte importante de todo o sistema de doutrinação, é a ideia de que o governo é o poder – e o governo não é o poder, o governo é um segmento do poder. O verdadeiro poder está nas mãos das pessoas que são os donos da sociedade; os que gerem o Estado são habitualmente apenas empregados – servidores. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 163).

Chomsky examina os sistemas de poder sob um patamar no qual os governos estão à mercê de mãos corporativas. Se as grandes empresas controlam o governo, como pode haver, então uma autêntica democracia? Ele observa, sobretudo, “estes grupos privilegiados que dominam a economia doméstica e que, portanto, também controlam amplamente o governo” (MITCHELL E SCHOEFFEL 2005, p. 32).

A política de Estado, que já é a confluência entre as elites governamentais e empresariais, depende de doutrinação para refletir seu espectro de pensamento e discurso. Uma das estratégias de propaganda é atribuir ao sistema político a culpa pelos problemas e falhas, elegendando-o como o responsável pelos prejuízos desencadeados na vida social.

Uma das grandes realizações do sistema doutrinário norte-americano tem sido desviar a raiva em relação ao setor corporativo para o governo, que implementa os programas que o setor corporativo elabora. É o governo, por exemplo, que leva a culpa pelos altamente protecionistas acordos internacionais de direitos corporativos/de investimento, que a mídia e os analistas e comentaristas políticos e econômicos costumam invariavelmente descrever como “acordos de livre comércio”, o que é um equívoco. Ao contrário do setor corporativo, o governo está, até certo ponto, sob a influência e o controle populares, de modo que é bastante vantajoso para o mundo empresarial fomentar o ódio e o desprezo aos burocratas governamentais intelectualoides que roubam o dinheiro dos cidadãos na forma de impostos. Isso ajuda a extirpar da mente das pessoas a ideia subversiva de que o governo pode se tornar um instrumento de efetivação da vontade popular, um governo constituído do, pelo e para o povo. (CHOMSKY, 2017b, p. 325).

É a partir dessa instância de pensamento que Chomsky classifica as grandes corporações como “tirantias privadas” porque estas só estão interessadas em maximizar os lucros, e não há nada que se possa fazer para romper com essas estruturas arbitrárias e opressivas, ao contrário dos sistemas de governo, que por menos democráticos que sejam, ainda possuem abertura para a participação popular, que pode reivindicar melhorias, modificar decisões e dismantelar arbitrariedades.

Em um nível mais profundo, há uma contribuição para o sentimento de que o inimigo é o governo, e ocultam as fontes do poder verdadeiro da sociedade, que são as instituições totalitárias que controlam a economia e boa parte da nossa vida social: as empresas, que possuem uma dimensão internacional. Com efeito, são elas que estabelecem as condições dentro das quais o governo funciona, e em larga medida controlam a ação governamental. (CHOMSKY, 1997, p. 45).

As pessoas podem pressionar os políticos, ainda que haja uma possibilidade mínima de interferência, ao contrário das “tirantias privadas”, que não garantem e nem permitem nenhum espaço à participação popular na tomada de decisões. Os governos, ao contrário das corporações, podem ceder às exigências e cobranças populares.

Mesmo dentro da atual estrutura de poder, há muita amplitude para pressão, mudanças e reformas, isto é, algumas instituições vão ter de ser sensíveis à pressão pública, porque o interesse delas é manter a população mais ou menos quieta e passiva, e, se a população não for passiva e quieta, então terá de reagir a isso. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 111).

O controle ideológico é exercido pelas grandes empresas, que recorrem a formas mais sinuosas de fabricar o consentimento. “Agora, tirantias privadas – sistemas corporativos – desempenham o papel de controladores das opiniões e atitudes. Essas empresas não recebem ordens do governo, mas naturalmente estão intimamente ligadas a ele” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 28).

A função da propaganda corporativa é proteger a “minoría opulenta” da “tirania da maioria”, para que a última não perceba que possui autonomia e independência frente às estruturas autoritárias, ou se dê conta de que é capaz de determinar e gerenciar as ações e decisões políticas. O poder privado está ciente de que o governo pode ser um grande instrumento de concretização dos anseios populares. Dessa forma, há um “ataque incansável da minoría próspera aos direitos da multidão inquieta” (CHOMSKY, 1996c, p. 123).



Para Chomsky, o grande inimigo do Estado é uma população engajada que queira participar ativamente das tomadas de decisões. No modelo de Estado Neoliberal, prevalecem as prioridades, os mandos e desmandos do setor corporativo ou iniciativa privada, por isso é tão importante manter a população obediente e passiva.

[...] as grandes empresas privadas ficam livres de toda necessidade de prestação de contas por seus atos, criando, desse modo, uma forma de tirania oculta – quanto mais poder elas tivessem e quanto menor o poder nas mãos do governo, melhor seria, do ponto de vista dos ricos e poderosos. Então, por um lado, as pessoas tinham que ser induzidas a odiar o governo e, por outro, precisavam apoiá-lo, já que a iniciativa privada depende amplamente do apoio governamental em setores da economia que vão da alta tecnologia a finanças, passando pela possibilidade de ser socorrida financeiramente se necessário, de poder contar com uma grande força militar internacional e assim por diante. Enfim, um vasto espectro. (CHOMSKY, 2017a, p. 127).

Como vimos anteriormente:

[...] o “conflito internacional é um dos melhores meios de controle ideológico: se há um grande inimigo por aí, as pessoas concordam em abrir mão de seus direitos, porque é preciso sobreviver. Então, a corrida armamentista é útil nesse sentido - cria tensão global e um clima de medo” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 103).

Por essa vertente, a propaganda imperial é utilizada para subsidiar o capitalismo militarizado de Estado. Simultaneamente, a propaganda corporativa faz com que o povo não se envolva a ponto de reivindicar políticas públicas e assistência social, pois, afinal, isso seria privilegiar os pobres em detrimento da assistência social que deve ser garantida aos ricos.

Mantenha os trabalhadores em constante estado de insegurança, pois assim será fácil tê-los sob controle. Não farão mais reivindicações de salários dignos ou condições de trabalho decentes, tampouco de livre associação – em outras palavras, de se organizarem em sindicatos. Se os trabalhadores forem mantidos em constante estado de insegurança, não farão muitas reivindicações ou exigências. Ficarão contentes apenas pelo fato de terem emprego – sequer se importarão com tipos de trabalho horríveis ou insalubres, não reivindicarão salários dignos, não exigirão condições decentes de trabalho nem demandarão benefícios trabalhistas. (CHOMSKY, 2017a, p. 56).

A demanda por gastos sociais pode gerar o perigo da democracia porque isso é de interesse público, e as pessoas querem discutir e opinar sobre essas questões porque vão diretamente de encontro aos seus interesses.

O gasto social aumenta o perigo da democracia – ele ameaça aumentar o envolvimento popular na tomada de decisões. Por exemplo, se o governo se envolve, digamos, aqui mesmo, na construção de hospitais, escolas, estradas e coisas do gênero, as pessoas vão ficar interessadas e querer poder opinar a respeito – porque isso as afeta e tem relação com as suas vidas [...]. As pessoas se importam quanto ao lugar onde vai ficar uma escola ou um hospital, mas não se importam com que tipo de avião a jato você constrói – porque elas não têm a menor ideia a respeito disso. E, uma vez que um dos principais propósitos da política social é manter a população passiva, as pessoas no poder vão querer eliminar qualquer coisa que tenda a estimular a população a se envolver em planejamento – porque o envolvimento popular ameaça o monopólio de poder pelo empresariado, também estimula organizações populares, mobiliza as pessoas e provavelmente levaria à redistribuição de lucros, e assim por diante. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 104).

O controle ideológico é vantajoso aos grandes negócios porque inibe a possibilidade de a população se organizar e se unir em prol de suas necessidades e reivindicar um sistema mais igualitário e justo. A função da propaganda corporativa é garantir a obediência, o conformismo e a submissão, além de evitar a resistência e a dissidência, ao manter as pessoas doutrinadas. A massa deve ser mantida no seu devido lugar para seu próprio bem. Essa é a lógica de propaganda que impera.

As elites americanas preferem os gastos militares aos gastos sociais: se acabasse resultando, como é provável, que usar o dinheiro dos contribuintes para finalidades socialmente úteis fosse ainda mais lucrativo do que gastá-lo no sistema militar, isso ainda não mudaria a decisão de preferir os gastos militares – porque o gasto social vai interferir com as prerrogativas básicas do poder, vai organizar eleitorados populares e ter todos esses outros efeitos negativos que se quer evitar. (MITCHELL E SCHOEFFEL 2005, p. 170).

A propaganda corporativa serve, todavia, aos interesses do poder do Estado corporativo, a qual está subordinada, e este é um Estado muito forte, basicamente um Estado de Segurança Nacional. Chomsky inverte então a lógica de propaganda na qual esta tenta impor uma crença como forma de falsear algo que, na verdade, é inerente a si mesma, à própria estrutura institucional do sistema. “As grandes empresas são meio que comunistas: querem um Estado forte organizando as coisas para seus interesses em longo prazo” (p. 524).

Em razão das imposições neoliberais, os órgãos de propaganda são impulsionados por fatores totalitários. “É particularmente prejudicial à democracia quando os sistemas de mídia estão nas mãos das tiranias privadas, dos empresários. Porém, quando ocorre um controle sobre os sistemas doutrinários e sobre as informações, é muito pior” (CHOMSKY, s.d, p. 61).

O ‘viés sistêmico’ é premissa fundamental para compreender o conceito de propaganda corporativa à luz do pensamento de Chomsky. Trata-se daquilo que está por trás das engrenagens de propaganda, do pano de fundo que rege as ações dos estrategistas. O próprio modelo de propaganda é parte de uma estrutura institucional do sistema, de modo que as corporações de mídia servem a uma função de propaganda, no sentido de fabricar um sistema de crenças para arregimentar mentes e atitudes, numa então sociedade dominada pelos negócios empresariais.

#### 4.5. O Viés Sistêmico

A estrutura de opinião predominante ou opinião pública representa a visão da elite na perspectiva do modelo de Estado Neoliberal, e é construída pelas instituições que fabricam o consenso, estas são parte de uma ampla estrutura, integrada por várias entidades, como empresas, governos, instituições de ensino, mídia, entre outros.

Eles estão investindo bilhões de dólares por ano para controlar o juízo público. Você deve pensar no que você mesmo está fazendo. Mas, na maioria das vezes, você não pensa nisso. Você é apenas parte disso. Você não pensa no fato de que, quando passa pela escola, você está sendo treinado em termos de obediência e passividade. (CHOMSKY, s.d, p. 40).

Daí o conceito Propaganda Corporativa, por conta do caráter corporativista dos esquemas de poder, numa relação de cumplicidade que envolve todo o sistema da fábrica de controle de pensamentos.

Em qualquer país, há alguns grupos que detêm o verdadeiro poder. Não é um grande segredo onde está o poder nos EUA. Ele está basicamente concentrado nas mãos das pessoas que determinam as decisões de investimentos – o que é produzido e o que é distribuído. Eles em geral formam a equipe de governo que escolhe os estrategistas e fixam as condições gerais do sistema doutrinário [...]. Uma das coisas que eles mais querem é uma população passiva e aquiescente. (CHOMSKY, 1996b, p. 127).

Os estrategistas de propaganda possuem ideias coadunadas aos interesses dos setores dominantes e compartilham os valores da iniciativa privada que domina o governo, portanto representam, amparam e sustentam o pensamento de elite cujos princípios básicos são então

internalizados e naturalizados. “A maioria percebe o mundo reflexivamente, por meio de um prisma específico, que normalmente apoia o poder concentrado” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 140).

As instituições tornam-se coniventes entre si, dividindo ideias parecidas, em conformidade ao sistema corporativo, numa lógica designada de ‘viés sistêmico’, que também é colocada em termos de uma “irracionalidade institucional do sistema”. Inexoravelmente, “na maioria dos casos, líderes de mídia [...] veem o mundo através das mesmas lentes, estão sujeitos a restrições e incentivos semelhantes” (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 55).

É muito difícil viver com dissonância cognitiva: só um verdadeiro cínico consegue acreditar numa coisa e dizer outra. Então, seja um sistema livre ou totalitário, as pessoas mais úteis ao sistema de poder são as que realmente acreditam no que dizem [...] você pensa as coisas erradas, e então não está no sistema. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 157).

Como pondera Chomsky<sup>33</sup>, ainda que haja cínicos consumados com a intenção de ludibriar o público, “seria um erro supor que os praticantes da arte estão tipicamente engajados em um engano consciente”.

As pessoas da indústria de relações públicas não estão nisso por diversão. Elas estão trabalhando. Estão tentando inculcar os valores corretos. De fato, elas têm uma concepção de como deva ser uma democracia: ela deve ser um sistema no qual a classe especializada é treinada para trabalhar a serviço dos seus mestres, os donos da sociedade. Os demais, o restante da população, têm de ser privados de qualquer forma de organização porque organização pode causar problema. (CHOMSKY, 2003b, p. 24).

Os estrategistas adotam prontamente crenças que servem às necessidades institucionais, de modo que representam e refletem as perspectivas e os interesses das elites. Não é fácil dizer uma coisa e acreditar em outra.

“Basta lembrarmos a facilidade com que as pessoas passam a acreditar no que quer que lhes seja conveniente, por mais ridículo que se afigure, e no processo de filtração que exclui dos cargos estatais e da administração cultural aqueles que não têm esses talentos” (CHOMSKY, 2003a, p. 135). Por isso, as afirmações mais impossíveis podem se tornar

---

<sup>33</sup> Necessary Illusions: **Thought Control in Democratic Societies**, Boston: South End Press, 1989. In: <https://zcomm.org/necessary-illusions/>. Acesso em 16 mar.2017. Tradução nossa.

doutrinas, desde que sejam úteis. É por tal motivo que é empregado um imenso esforço de propaganda para disfarçar os verdadeiros interesses.

De acordo com Chomsky (2003b, p. 18), cabe à pequena elite formada pelos “homens responsáveis” “introjetar as crenças e doutrinas que servirão aos interesses do poder privado. A menos que possa dominar essa habilidade, não poderá fazer parte da classe especializada”. Portanto, os estrategistas de propaganda são os primeiros doutrinados pela Fábrica de Controle de Pensamentos. Eles devem absorver e internalizar a lógica do Estado corporativo que representam.

O resto do rebanho tem que ser apenas distraído. Dirigir sua atenção para alguma outra coisa. Mantê-los longe dos problemas. Certificar-se de que se mantenha no máximo como espectador da ação, ocasionalmente emprestando seu apoio a um ou a outro líder real, que pode ser selecionado entre membros da classe especializada. (CHOMSKY, 2003b, p. 18).

O modelo de propaganda está, portanto, à mercê dos interesses dominantes, logo, é totalmente interligado em uma relação de cumplicidade a esses interesses, dessa forma ampara os privilégios dos ricos e dispersa a atenção pública, obstruindo a livre reflexão e discussão crítica que fuja ao escopo ideológico predominante. “A tarefa convencional dos gestores da doutrina é proteger o poder e aqueles que o controlam do escrutínio público” (CHOMSKY, 2009, p. 37).

A propaganda corporativa é parte desse viés sistêmico, isto é, de uma estrutura institucional do sistema que atua em prol das grandes corporações, mais especificamente daquilo que compõe o chamado mundo corporativo. Ela emerge de um oligopólio empresarial do sistema natural da democracia capitalista. Faz parte da mesma lógica sistêmica que embasa o neoliberalismo: as empresas procuram maximizar os lucros, se não fazem isso, não vão funcionar por muito tempo e irão à falência.

Uma instituição privada tem um objetivo: maximizar os lucros e minimizar as condições humanas. Porque isso maximiza os lucros. Isso é o que eles perseguem. Eles não poderiam perseguir nada além disso. Se o sistema é minimamente competitivo, eles precisam fazer isso. É a natureza do sistema. (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2003, p. 166).

Igualmente, se a mídia é financiada pelo setor corporativo, exercerá, portanto, uma propaganda em conformidade a esse setor. Chomsky ilustra que esta é:

[...] moldada pelas mesmas forças privadas que controlam a economia. É predominantemente dominada por grandes empresas que vendem índices de audiência aos anunciantes e, naturalmente, refletem os interesses dos proprietários e de seu mercado. Portanto, a capacidade de articular e transmitir as próprias ideias, preocupações e interesses – ou até de descobri-los – fica também estreitamente limitada. (CHOMSKY, 2003a, p. 462).

O empenho da propaganda corporativa é em fabricar um consenso favorável aos interesses dos setores dominantes da sociedade, sejam eles governamentais ou privados. O pensador sustenta que não se pode confundir o consentimento e aquiescência com democracia, pois isso é uma “ilusão necessária”, promissora para os negócios, uma vez que transfere as decisões da vida pública para as mãos de uma minoria.

[...] as doutrinas predominantes dificilmente sobreviveriam se não fosse por sua contribuição para a “arregimentação da opinião pública, da mesma forma como um exército arregimenta seus soldados”, para citar novamente Edward Bernays, quando expôs ao mundo dos negócios as lições que haviam sido aprendidas com a propaganda do tempo de guerra. (CHOMSKY, 2002a, p. 103).

Chomsky expõe que a engrenagem da propaganda corporativa age de acordo com os interesses do espectro de poder em que está subordinada, o que faz dela subserviente às elites que a comandam, “bem como propagandeia em nome de poderosos interesses sociais que a controlam e financiam [...]. Isso em geral não é realizado pela intervenção bruta, mas pela seleção de pessoal com pensamento similar” (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p.11).

As elites dos setores dominantes fazem parte da “comunidade atlântica”, mais comumente conhecida como “plutonomia” “ou pessoas detentoras de muitas riquezas. Os que compõem a plutonomia são os principais propulsores da economia – eles são os maiores consumidores, pois é para eles que todas as riquezas convergem” (CHOMSKY, 2017a, p. 66). Em relação às instituições de propaganda, não é nada surpreendente o fato delas refletirem a ideologia dos interesses econômicos dominantes.

As grandes empresas ou grandes corporações, apoiadas por órgãos políticos, se valem das técnicas de propaganda e seu formato persuasivo, a fim de atingirem o público por meios menos diretos de controle, uma forma refinada de exploração e controle ideológico.

As principais mídias são grandes empresas pertencentes e interligadas a conglomerados maiores ainda. Como as outras empresas, elas vendem um

produto para o mercado. O mercado são os anunciantes, isto é, outras empresas. O produto é o público. É a elite da mídia que estabelece uma agenda básica, à qual as outras se adaptam. O produto é, portanto, um público relativamente privilegiado. (CHOMSKY, 1996b, p. 120).

A propaganda corporativa é parte de uma indústria gigantesca. Seus serviços se estendem às relações públicas, à mídia comercial, à indústria do entretenimento, à televisão, aos jornais, às escolas, entre outros.

Os gigantes da mídia, as agências de propaganda e as grandes corporações multinacionais têm um interesse conjunto e intenso em um clima favorável ao investimento no Terceiro Mundo, e suas interconexões e relacionamentos com os governos nessas políticas são simbióticos. Em suma, as empresas de mídia dominantes são negócios muito grandes; são controladas por pessoas ricas ou por administradores que estão sujeitos a fortes restrições por parte dos proprietários e das forças orientadas para o lucro e pelo mercado; estão inter-relacionadas, e têm interesses comuns com outras importantes corporações, com bancos e com o governo. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 72).

A iniciativa privada que domina a economia e a vida social depende da propaganda corporativa para expandir os negócios altamente lucrativos. Esse sistema de controle corporativo, como já mencionamos, é estreitamente ligado ao Estado, portanto há grandes interesses envolvidos, de modo que há um modelo de controle ideológico muito devastador, em razão do imenso contraste de poder e influência dos setores dominantes da sociedade em relação aos elementos populares de oposição, resistência e dissidência. “Então, temos apenas que suprimir e controlar aqueles que discordam e nos certificarmos de que todos são obedientes” (CHOMSKY, s.d., p. 78).

O desafio se dá em moldar a opinião pública de forma que prevaleça a vontade das elites dos setores dominantes, ou seja, de fabricar um consenso que privilegia apenas os mais ricos, enquanto o restante da população empobrece cada vez mais, na imposição de uma ordem neoliberal na qual os negócios se expandem na mesma velocidade em que se ampliam vertiginosamente as desigualdades e a exclusão social.

Há um termo que vem ganhando força também. Eles são chamados de “precariado”, ou proletariado em situação precária” – ou seja, os trabalhadores do mundo que vão levando uma vida cada vez mais precária. Portanto, vemos o precariado vivendo com insegurança e precariedade, sobrevivendo do jeito que podem, muitos deles em terríveis condições de pobreza, além de outros sofrimentos. (CHOMSKY, 2017a, p. 68).

A desigualdade socioeconômica se estende sem precedentes originada pela situação de extrema riqueza. É um sistema feito para proteger ricos e privilegiados, enquanto os pobres sofrem com as mais diversas formas de exploração, vivendo em condições de extrema precariedade.

“A ideologia do “mercado livre” é muito útil – é uma arma contra a população geral daqui, porque é um argumento contra os gastos sociais, e é uma arma contra os povos pobres do exterior” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 344).

No Terceiro Mundo, a sociedade divide-se em dois segmentos – um de extrema riqueza e privilégio, e outro de imensa miséria e desespero, formado por pessoas inúteis, dispensáveis. Tal divisão é acentuada pelas políticas ditadas pelo ocidente. Ele impõe um sistema neoliberal de “livre mercado”, que canaliza os recursos aos ricos e investidores estrangeiros. (CHOMSKY, 1996c, p. 12).

De acordo com Chomsky, o constante simulacro de ameaças fabricado pela propaganda tentava inculcar a crença de que os Estados Unidos estavam se defendendo de inimigos externos poderosos, por isso priorizavam os gastos militares em detrimento dos investimentos sociais. E alerta: “Mas estamos defendendo os ricos, isto é verdade – os ricos estão se defendendo contra os pobres, e os pobres estão pagando para isso; então por esse motivo, é verdade, há que se continuar aumentando os gastos militares” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 492).

E o silêncio em relação a esse panorama parece denotar medo e aceitação da derrota. Mas antes de sinalizar apenas covardia, é preciso olhar além, e entender que há efetivos bloqueios e barreiras que obstruem o discernimento.

Há poucas razões para crer que o público não queira compreender por que está trabalhando cada vez mais e recebendo salários estagnados ou em declínio, por que paga caro por assistência médica inadequada e o que está sendo feito em seu nome em todo o mundo. Se eles não estiverem recebendo muitas informações sobre esses tópicos, o modelo de propaganda pode explicar o porquê: os soberanos que controlam a mídia optam por não oferecer tal material. (CHOMSKY e HERMAN, 2003, p. 20).

Manter um simulacro de constantes ameaças é uma forma de controle que impede que as pessoas entendam o mundo e as mantêm devidamente aquiescentes, conformadas e doutrinadas.



#### 4.6. Ditames do Neoliberalismo

Em sua vertente analítica, Chomsky apreende o recrudescimento de um modelo de Estado Neoliberal, no qual o cenário geopolítico foi placo de uma série de reformas e mudanças prescritas pelo *Consenso de Washington*, consolidando-se então o poder corporativo e o Estado de bem-estar dos ricos, num sistema global dominado pelas grandes corporações e finanças transnacionais.

O *Consenso* [neoliberal] de *Washington* é um conjunto de princípios orientados para o mercado, traçados pelo governo dos Estados Unidos e pelas instituições financeiras internacionais que ele controla e por eles mesmos implementados de formas diversas – geralmente, nas sociedades mais vulneráveis, como rígidos programas de ajuste estrutural. (CHOMSKY, 2002, p. 21).

As iniciativas neoliberais são baseadas em políticas de livre mercado. É um modelo de “exuberante espírito empresarial americano, catapultado, desde a revolução de Reagan, pelo mercado livre da interferência governamental. Hoje, governos de todo o mundo abraçam o evangelho do livre mercado” (CHOMSKY, 2002a, p. 76).

O neoliberalismo é um sistema em prol das grandes corporações, no qual grandes interesses econômicos controlam a vida social. O papel da propaganda corporativa é enaltecer, sobretudo, os valores do conceito de “mercado livre”. “Ao longo do período moderno, medidas para controlar “a mente do público” têm sido empregadas para aumentar as pressões naturais do “mercado livre”, a contraparte interna da intervenção no sistema global<sup>34</sup>”.

Chomsky, no entanto, ressalta:

[...] o fato é que a História não registra um único caso de algum país que tenha se desenvolvido com sucesso por meio da adesão a princípios do “mercado livre”: nenhum. Com certeza não os Estados Unidos. Isto é, os Estados Unidos sempre tiveram extensa intervenção do Estado na economia, desde os primeiríssimos dias [...]. Não teríamos uma indústria de alta tecnologia de sucesso nos Estados Unidos, hoje, se não fossem os enormes subsídios à indústria avançada, principalmente, por meio do sistema do Pentágono, NASA e assim por diante – nada disso tem a mais remota relação com um “mercado livre”. (MITCHELL e SCHOEFFEL, 2005, p. 342).

<sup>34</sup> Necessary Illusions: **Thought Control in Democratic Societies**, Boston: South End Press, 1989. In: <https://zcomm.org/necessary-illusions/>. Acesso em 16 mar.2017. Tradução nossa.

Dentro da estrutura do modelo de Estado Neoliberal, uma espécie de “Estado de bem-estar para os ricos”, todo e qualquer poder de decisão deve emanar das instituições privadas, sendo assim suas ações não estão sujeitas ao controle popular. Na visão de Chomsky, “Estado não é apenas o governo em si, mas o poder de seu empresariado também” (CHOMSKY, 2017a, p. 38).

O bem-estar da população não está nas prioridades e responsabilidades dos que manejam as rédeas desse sistema.

As consequências econômicas dessas políticas têm sido as mesmas em todos os lugares e são exatamente as que se poderia esperar: um enorme crescimento da desigualdade econômica e social, um aumento marcante da pobreza absoluta entre as nações e povos mais atrasados do mundo, um meio ambiente global catastrófico, uma economia global instável e uma bonança sem precedentes para os ricos. (MCCHESENEY, 1998, p. 08).

No neoliberalismo, a economia é composta por um Estado poderoso, com certa dependência das forças de mercado. As decisões são tomadas em consonância aos interesses dos poderosos via poder estatal, este sob o controle das concentrações de poder privado.

Para os executivos de uma corporação transnacional, profissionais ligados à estrutura do poder e outros setores privilegiados, é importante que o mundo seja disciplinado de modo apropriado, para que seja dada à indústria avançada seus grandes subsídios públicos, e que, para os ricos, seja garantida a riqueza. Não importa muito se a educação pública e a saúde se deterioram, se a população inútil definha em favelas e em prisões e se a base para uma sociedade digna se corrói, para o povo em geral, em seu todo [...] sob tais circunstâncias o mundo deve ser amedrontado e entretido. (CHOMSKY, 1996a, p. 33).

Tomando como base o ideal da prerrogativa de que o mundo deve ser governado pelos ricos e poderosos - nomeados como “comunidade atlântica” e “minoría opulenta” - a propaganda corporativa encabeçada pelos “homens responsáveis” ou “classe especializada” serve para minar e solapar organizações democráticas da sociedade civil, desse modo, a democracia participativa e genuinamente igualitária coloca-se como um problema ou obstáculo a ser superado.

Na Nova Ordem Mundial, o mundo tem de ser liderado pelos ricos e para os ricos. O sistema mundial não é em nada como um mercado clássico; o termo “mercantilismo corporativo” é mais apropriado. O governo está cada vez mais

nas mãos das enormes instituições privadas e seus representantes. As instituições são totalitárias por natureza: em uma corporação, o poder flui de cima para baixo, com o público externo excluído. No sistema ditatorial conhecido como “livre empresa”, o poder sobre as decisões de investimento, produção e comércio é centralizado e sacrossanto, isento da influência e controle dos trabalhadores e comunidades como uma questão de princípio e lei. (CHOMSKY, 1996a, p. 233).

A política intervencionista dos EUA no período da Guerra Fria, contexto desta tese, tinha o objetivo, nas palavras de Chomsky, de conter aqueles Estados que se mostravam contrários aos “ideais” de uma economia de mercado. A independência e a insubmissão eram atitudes que ameaçavam o chamado “mundo livre”, em que é fácil inferir que se tratava da liberdade de expansão do mundo dos negócios.

A definição mais simples de “neoliberalismo” é deixem o livre mercado comandar tudo”. Em outras palavras, façam com que o governo fique de fora da elaboração de políticas públicas, exceto quando for para incentivar as atividades do livre mercado. Na verdade, nenhum dos preconizadores desse princípio quer exatamente isso. Essas medidas são para os pobres, não para eles. (CHOMSKY, 2017a, p. 102).

O neoliberalismo teme o crescimento de grupos organizados, de modo que combate greves, sindicatos e demais movimentos de lutas populares. O Terceiro Mundo foi totalmente afetado pelos ajustes econômicos realizados nas circunstâncias de sua implantação.

A contenção é empreendida não apenas na esfera socioeconômica, mas também há o travamento de uma batalha contra os trabalhadores e minorias populares. Portanto, além da mentalidade paranoica em relação ao mundo exterior, há uma rejeição da pluralidade e da democracia.

O preceito “idealista” dos EUA pretende o máximo de controle sobre os demais por uma questão de concentração de riqueza e poder, na qual a estrutura de riqueza gera automaticamente a de poder. De modo que a própria noção de ‘império’ é uma concepção que precisa ser afirmada constantemente, no sentido de que “há algumas coisas mais importantes do que lucros, como manter todo o sistema de poder” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 170).

As políticas neoliberais foram reformas que prosperaram a partir das eras Reagan (1981/89) nos EUA e Thatcher (premiê britânica entre 1979 e 1990), em conjunturas nas quais houve forte influência das instituições financeiras na economia, como os bancos, fundos de investimento, companhias de seguros e assim por diante.

Resumidamente, as suas regras básicas são: liberalização do mercado e do sistema financeiro. Fixação dos preços pelo mercado (“ajuste de preços”), fim da inflação (“estabilidade macroeconômica”) e privatização [...]. As decisões daqueles que impõem o “consenso” têm, é claro, um grande impacto sobre a ordem global. Alguns analistas assumem uma posição ainda mais incisiva. A imprensa de negócios internacional se referiu a essas instituições como o núcleo de um “governo mundial de fato” de uma “nova era imperial”. (CHOMSKY, 2002a, p. 22).

Uma das principais características do modelo de Estado neoliberal é a “financeirização” da economia, a concentração de renda a um pequeno conglomerado, fomentação de privatizações, a tendência a monopólios e a terceirização internacional da produção. Para Pedro Rossi e Esther Dweck (2018, p. 83), “a austeridade é um dos três pilares do neoliberalismo, juntamente com a liberalização dos mercados e as privatizações”.

A maior parte da população sobrevive com baixos salários e com a estagnação e precarização dos serviços públicos. Como consequência, “a desigualdade aumentou muito. Valores do empresariado, concentração de riqueza, tributação da classe operária, privação de direitos trabalhistas, exploração e por aí vai – é isso o que está sendo exportado no mundo real” (CHOMSKY, 2017a, p. 54).

Uma teoria dominante é a limitação da arena pública e a transferência das decisões para as mãos de tiranias privadas que não prestam contas a ninguém. Um dos métodos utilizados para isso é a privatização, que elimina o público da influência potencial na política. Uma de suas formas extremas é a privatização dos “serviços”, categoria que abrange praticamente tudo que diz respeito ao interesse público imediato: saúde, educação, abastecimento d’água, e assim por diante. Uma vez que estes serviços sejam eliminados do âmbito público pela “comercialização de serviços”, as práticas democráticas formais são amplamente reduzidas a um dispositivo de mobilização periódica do público em favor dos interesses da elite. (CHOMSKY, 2009, p. 244).

A propaganda corporativa contribui para desmontar gradualmente os serviços públicos tornando-os cada vez menos funcionais, e a doutrinação vocífera, por meio de bravatas, quão ruins são, oferecendo em troca a alternativa do investimento privado.

Quando qualquer serviço vai ser privatizado, a primeira coisa é fazer com que ele funcione mal, porque assim as pessoas podem dizer: Nós queremos nos livrar disso. Isso não está funcionando. Portanto, em primeiro lugar, você faz com que ele funcione mal. Depois você angaria apoio popular para passá-lo adiante para o setor privado. (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2003, p. 164).

A economia norte-americana tornou-se um ícone do neoliberalismo e do conservadorismo durante o governo de Ronald Reagan, a qual Chomsky classifica de “Doutrina Reagan”, em que “não houve nada comparável ao culto de Reagan” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 95). “O líder da “revolução conservadora”, uma grande criatura mística cuja popularidade foi uma criação da mídia, e que está hoje entre as personalidades mais detestadas da vida pública” (CHOMSKY, 1996a, p. 188).

Em seu argumento, Chomsky alude o conceito de neoliberalismo a uma forma de religião, sendo que as doutrinas são propagadas em uma espécie de “culto ao mercado” baseadas no “fundamentalismo do FMI”. “O “evangelho do livre mercado” é apregoadado (aos pobres e indefesos) enquanto o protecionismo se alçava a alturas sem precedentes e o governo despejava fundos públicos com singular generosidade nas indústrias de alta tecnologia” (CHOMSKY, 2002a, p. 98).

“Nossa verdadeira política econômica é uma mistura de medidas protecionistas, intervencionistas, de livre mercado e liberais. E está direcionada, em primeiro lugar, às necessidades daqueles que implementam a política social: basicamente os ricos e os poderosos” (CHOMSKY, 1996c, p. 18).

Segundo Chomsky, a absorção da teoria econômica da “mão invisível” do mercado é uma falácia, um pretexto de propaganda, já que isso se aplica apenas aos pobres e aos grupos periféricos.

Bem, os princípios fundamentais e subjacentes de Adam Smith e outros liberais clássicos eram que as pessoas deviam ser livres: não deviam estar sob o controle de instituições autoritárias, não deviam estar sujeitas a coisas como divisão de trabalho, que as destroem. Então vejam Smith: por que ele era a favor dos mercados? Ele deu um tipo de argumento complicado em favor deles, mas em seu cerne estava a ideia de que, quando se tem perfeita liberdade, os mercados deveriam levar à perfeita igualdade – por isso Adam Smith era a favor dos mercados. Adam Smith era a favor dos mercados porque ele achava que as pessoas deviam ser completamente iguais – completamente iguais – e isso era porque, como liberal clássico, ele acreditava que o caráter fundamental das pessoas envolve noções como compreensão, solidariedade, o direito de controlar seu próprio trabalho, e daí por diante: o exato oposto do capitalismo. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 298).

A própria ideologia do “mercado livre” evocada pela propaganda corporativa é concebida em uma retórica fraudulenta de preservação de valores democráticos. Evidentemente, o que se preza mesmo é a “liberdade para os ricos”. “Se examinarmos a questão, veremos que é um apelo ao mundo corporativo para usar seu poder econômico com o objetivo

de realizar uma grande ofensiva para repelir a onda democratizante” (CHOMSKY, 2017a, p. 34).

As políticas globais, advertiu Chomsky, são muito parecidas com as internas desenvolvidas nos Estados Unidos e, em última instância, não são políticas de livre mercado. Há mercados livres para os pobres e de proteção estatal para os donos do capital, porque os ricos nunca aceitaram ou sequer aceitarão a disciplina de mercado: querem proteção e procuram um mercado de trabalho desregulado para melhor explorá-lo, de modo que não desperdiçaram a oportunidade para reverter os progressos alcançados em diversos aspectos pelas lutas populares. (GARRIDO, 1998, p. 33).

Nos dogmas do neoliberalismo, há um formato de regras para os ricos e outro completamente contrário para os pobres. “É a doutrina clássica do mercado livre, enormes subsídios para os ricos, corte de tudo para os pobres. Muito descarado” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 491).

O corte de gastos e a redução das obrigações sociais abrem espaço para futuros cortes de impostos das empresas e das elites econômicas, e a redução da quantidade e da qualidade dos serviços públicos aumenta a demanda de parte da população por serviços privados em setores como educação e saúde, o que aumenta os espaços de acumulação de lucro privado. (ROSSI e DWECK, 2018, p. 83).

Para os investidores, o neoliberalismo garante a abertura e exploração dos mercados afora, os chamados “acordos de livre comércio”, que quando necessário, são amparados e socorridos com recursos públicos.

“A cada dia que passa, as grandes corporações se apoderam de mais e mais setores da economia[...]. Existe um mercado, mas é um mercado guiado pelo Estado – e mamar às custas do Estado é um fator decisivo, com o qual todas as corporações contam” (CHOMSKY, 1998a, p. 151).

As grandes corporações do capital são nitidamente subsidiadas pelo Estado através de medidas protecionistas. “Os opulentos, enquanto isso, merecem proteção do Estado e subsídios públicos. De que outro modo poderiam eles prosperar em benefício de todos?” (CHOMSKY, 2002a, p. 125).

Galeano (2012, p. 191) compartilha opinião semelhante acerca dessa disciplina econômica em vigor:

[...] a doutrina do livre-câmbio, do livre-comércio e da livre concorrência é só para o consumo alheio. O Fundo Monetário Internacional e o Banco Mundial nasceram juntos para negar aos países subdesenvolvidos o direito de proteger suas indústrias nacionais, e para neles esmorecer a ação do Estado. Serão atribuídas infalíveis propriedades curativas à iniciativa privada. No entanto, os Estados Unidos não abandonarão uma política econômica que continua sendo, na atualidade, rigorosamente protecionista.

O catecismo neoliberal foi conclamado sob os auspícios de “*there is no alternative*”<sup>35</sup>, por Margaret Thatcher. A teoria da teologia neoliberal pressupõe liberdade e escolha. Na prática significa competição, o que dá vantagens desiguais, dadas as condições socioeconômicas dos competidores. Sendo assim, as elites enriquecem cada vez mais e a população em geral só se afunda em miséria.

Aquilo que muitos chamam de “acordos internacionais de livre comércio” não são nem um pouco livres. O sistema de comércio mundial foi reestruturado com a claríssima intenção de fazer com que os trabalhadores competissem uns com os outros em todo o mundo. A consequência disso é a redução do nível de renda dos trabalhadores. (CHOMSKY, 2017a, p. 53).

Ao invés de distribuição de renda, prevalece a concentração de renda.

Vários fatores convergiram para criar um círculo vicioso de extrema concentração de riqueza, primordialmente na fração do 1% mais abastado da população: altos executivos e presidentes de empresas, gestores de fundos de investimento de alto risco e afins. Isso levou à concentração do poder político, e, por conseguinte, políticas estatais para o favorecimento do incremento da concentração econômica; políticas fiscais, normas de segurança corporativa, desregulamentação etc. (CHOMSKY, 2017b, p. 71).

Os custos e os riscos dos programas neoliberais devem ser assumidos por todos, no entanto o lucro é para poucos.

“Não teríamos muitas corporações gigantes se não houvesse o financiamento público; e o financiamento público provém do contribuinte fiscal. E se as empresas enfrentam problemas, a conta vai para os contribuintes norte-americanos” (CHOMSKY, 1998a, p. 150).

Enquanto isso, a ganância, a busca desenfreada pela obtenção de lucro a curto prazo resulta em consequências e danos devastadores ao meio ambiente e ao clima, o aumento da emissão de poluentes de indústrias cada vez mais expansivas, além da falta de regulamentação

---

<sup>35</sup> Tradução: “não há alternativa”. A frase original, em inglês, também é abreviada sob a sigla: TINA.

e restrições nas explorações de reservas, contribuem diretamente para o aquecimento global e para as alterações climáticas, de modo que a humanidade caminha cada vez mais em direção às catástrofes ambientais e à autodestruição do planeta. A que preço?

Para Chomsky, o colapso ambiental é o mais dramático dos problemas enfrentados atualmente, como também o perigo de uma guerra nuclear com a proliferação da ameaça de armas de destruição em massa, e com as políticas de Washington de militarizar o mundo inteiro. O que predomina é um completo descaso e desdém pelas consequências terríveis que podem desencadear danos sem precedentes. “Desde que ganhemos rios de dinheiro amanhã, quem se importa se nossos netos não tiverem um mundo para viver no futuro?” (CHOMSKY, 2017a, p. 68).



## 5. REVISITANDO O PROBLEMA DE ORWELL

A despolitização do público é um dos maiores feitos da propaganda, que também pode ser entendida sob a perspectiva do ‘Problema de Orwell’, da qual Chomsky se vale, na tentativa de compreender as causas da apatia e inércia popular. O pensador costuma encorajar o público para que conjecture, desperte e reaja, mormente, chama a atenção dos intelectuais e acadêmicos, que, em sua concepção, têm falhado em sua própria inação e missão de denunciar as artimanhas do poder.

O pensador faz um adendo ao dizer que não é preciso dizer aos poderosos o que eles têm provocado e promovido no mundo porque eles estão cientes disso e sabem muito bem o que fazem. Eles só não querem que os outros se deem conta disso. “O rei está nu, mas não gosta que se fale do assunto” (CHOMSKY, 1996a<sup>36</sup>). As elites dos setores dominantes procuram evitar, por meio de propaganda ideológica, que a verdade chegue ao conhecimento das pessoas.

Se a tantos faltam a energia, o ânimo e o fôlego para resistir e lutar, Chomsky oferece o estímulo necessário para a superação de uma das instâncias mais intrigantes dos efeitos da propaganda ideológica, aquilo que classifica como o “Problema de Orwell”, uma configuração desencadeada em razão do próprio viés sistêmico que envolve os mecanismos de controle ideológico e das técnicas de propaganda e doutrinação cujas consequências podem ser observadas em comportamentos que remetem ao conformismo, à indiferença, letargia, inércia, inação e apatia, sintomas cruciais para a fabricação do consenso/aquiescência, numa perspectiva bastante similar à disfunção narcotizante da *Mass Communication Research*.

“Os meios de comunicação de massa devem ser incluídos entre os narcotizantes sociais mais respeitáveis e mais eficientes. Chegam a ser tão eficazes a ponto de impedir os viciados de reconhecerem sua própria doença” (LAZARFELD e MERTON, 1948, p. 241).

Como discutimos, a propaganda ideológica procura atuar no sentido de canalizar o pensamento e a energia das pessoas para uma postura passiva e um conformismo diante das ações perpetuadas pelas elites dos setores dominantes, buscando evitar a todo custo, a participação ativa.

“O sucesso em atomizar a população foi extraordinário; acho que essa é, na verdade, a principal realização da propaganda nos anos recentes – simplesmente isolar as pessoas de uma

---

<sup>36</sup> Esta frase consta no verso do livro *Novas e velhas ordens mundiais*.

forma muito espantosa” (MITCHELL e SCHOEFFEL, 2005, p. 437). A própria mecanização do sistema sob os auspícios dos ditames neoliberais provoca a robotização do público. O resultado é que estamos perdendo cada vez mais a nossa humanidade.

A tática de fabricação do consenso/aquiescência “limita severamente a força existente do lado dos governados e reduz o paradoxo de Hume nas democracias capitalistas com bom funcionamento, nas quais a população geral fica dispersa e isolada” (CHOMSKY, 2003a, p. 465).

Neste sentido, o problema de Orwell está diretamente vinculado ao paradoxo de Hume cujo questionamento deste último se desdobra na tentativa de compreender por qual motivo a população obedece às ordens impostas, se a força para gerir a sociedade depende e está em suas mãos. O que se busca compreender é a indiferença, o desinteresse, a submissão, o conformismo.

Mais especificamente o problema de Orwell indaga o fato de como é possível se saber tão pouco quando há tantas evidências disponíveis. Apesar da vasta quantidade de informações acessível e disponível para quem quiser recorrer aos fatos, pouco e quase nada se sabe sobre os trâmites do poder, e existe mesmo um mínimo interesse em procurá-los.

A população não sabe o que está acontecendo, nem ao menos sabe que não sabe. Um resultado disso é uma certa alienação em relação às instituições. As pessoas sentem que nada funciona para elas. E não funciona mesmo. Elas nem mesmo sabem o que está acontecendo no remoto e secreto nível da tomada de decisão. Este é um grande sucesso na longa e árdua tarefa de destituir as estruturas democráticas formais de qualquer substância. (CHOMSKY, 1996c, p. 14).

A eficiência do sistema de controle ideológico (*thought control*) nas sociedades ditas democráticas ultrapassa o sentido *orwelliano* de doutrinação em regimes totalitários, já que sem a necessidade de coerção, é a manipulação sutil que influencia as mentes e atitudes na reprodução de crenças tão absurdas como se estas fossem vivenciadas numa distopia de Orwell. O povo atacado pelo neoliberalismo está doente, mentalmente frágil, apático, politicamente desinteressado e cínico.

“Vemos aí a realização suprema do controle do pensamento, muito além do imaginado por Orwell. Todos devem marchar em passo de ganso à voz de comando, ou manter-se calados. Qualquer outra coisa é, simplesmente, perigosa demais” (CHOMSKY, 2003a, p. 393).

O resultado é uma grave patologia social e uma opinião pública corrompida e imbecilizada. O sentimento da antipolítica também surge nessas circunstâncias. E a fragilidade emocional é circunstância propícia para que o público permita que os grandes interesses controlem a vida social.

“Nestes tempos de desmoralização política, alguns poderão ir além e concluir que estamos enredados neste sistema retrógrado porque, infelizmente, a humanidade é mesmo incapaz de construir uma ordem social mais humana, igualitária e democrática” (MCCHESENEY, 1998, p. 15).

Segundo Chomsky, o ativismo não muda as instituições na forma como elas funcionam, no entanto, leva a significativas mudanças culturais. Os movimentos dos anos 60 trouxeram importantes conquistas, ainda que quando aquelas reivindicações começaram, fossem tidas como ultrajantes. Se todos pensassem que não levaria a nada e ficassem simplesmente passivos e quietos não teríamos avançado em quase nenhuma questão. Não teríamos extinguido sequer o feudalismo e a escravidão. “E havia algo que se podia fazer quanto ao feudalismo e à escravidão, mas não ficando sentado queixando-se” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 167).

Para os setores privilegiados da sociedade é mais interessante uma população conivente, aquiescente e conformada ao *establishment* e *status quo*, no entanto, conservar as pessoas despolitizadas, alienadas e domesticadas pode se revelar uma ‘caixa de pandora’ e desencadear sintomas que vão da apatia à histeria. De acordo com Chomsky, um dos efeitos mais devastadores é quando a ilusão se torna desilusão, desesperança. “As pessoas estão tão desiludidas a esta altura, que acreditarão em praticamente qualquer coisa” MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 529).

Segundo o pensador, a introdução da falta de esperança é o maior feito da propaganda contemporânea, mas que não devemos sucumbir a isso. É possível ver claramente as consequências de uma obediência cega, da subordinação e da fidelidade. Há uma dócil e impensada aceitação, já que o sistema de controle ideológico que domestica o pensamento determina que “há certas coisas que não é adequado dizer, e não é adequado pensar” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 156).

A desesperança é incapacitante, é o extremo da apatia. A fábrica de controle de pensamentos difunde os mais diversos “grilhões das ideologias e das doutrinas, incluindo aquelas construídas para infundir desesperança, resignação e desespero” (CHOMSKY, 2002a, p. 98).

Esses sintomas puderam ser observados na realidade brasileira, na qual um grande trabalho ideológico levou à ascensão da extrema-direita ao poder, num esquema muito além dos limites do imaginável, de proporções espantosas. Os processos geopolíticos contra os governos de ‘esquerda’ fazem parte, hoje, da intensificação do neoliberalismo e fascismo obscurantista.

A mesma fórmula de propaganda em voga desta tese de contexto norte-americano foi utilizada no Brasil, aqui representada pela retórica de combate ao Partido dos Trabalhadores, um sinal de que os efeitos simbólicos da retórica anticomunista nunca se esgotam.

Meio século após os episódios da Guerra Fria e ainda é possível observar a perseguição aos mesmos moinhos de vento em determinados ecossistemas midiáticos, a depender da conveniência. “O PT veio a ser apresentado como a encarnação do comunismo do Brasil, gerando uma notável sobreposição entre anticomunismo e antipetismo” (MIGUEL, 2018, p. 22).

No Brasil, o *revival* anticomunista se deu no sentido deter a “conspiração comunista” baseada nas derivas do “Foro de São Paulo<sup>37</sup>”, do “bolivarianismo”<sup>38</sup> e do chamado “marxismo cultural”, no qual este último seria parte de:

[...] “um complô arquitetado por marxistas para acabar com a cultura e civilização ocidentais. Quando perceberam que não conseguiriam fazer a revolução tomando os meios de produção, os comunistas passaram a usar estratégias culturais para derrubar o capitalismo” (CARAPANÃ, 2018, p. 36).

O candidato da extrema-direita Jair Bolsonaro venceu as eleições de 2018. Durante sua campanha dizia coisas como que não haveria mais uma inclinação e aproximação do Brasil ao socialismo, ao comunismo, ao extremismo de esquerda. E também que os “marginais vermelhos seriam banidos de nossa pátria”.

No sistema de propaganda de uma sociedade despótica a imposição de crenças acontece sob os auspícios da violência e até mesmo da tortura. A diferença é que a maneira de agir das

---

<sup>37</sup> Trata-se de uma organização que surgiu na década de 90 e que reunia partidos latino-americanos e caribenhos de esquerda para discussões e compartilhamento de experiências. A primeira reunião aconteceu na cidade de São Paulo. O caráter antineoliberal e anti-imperialista em torno dos temas previstos pelo Foro gerou uma série de alegações e acusações a respeito de uma provável conspiração de dominação comunista.

<sup>38</sup> Convencionou-se chamar de bolivarianismo aquilo que seria uma ditadura comunista, a partir da interpretação de Hugo Chávez ao termo que remete a Simón Bolívar no século XIX. Chávez declarou a Venezuela como uma “república bolivariana”. No Brasil, a alegação era a afirmação de que o Brasil se tornaria uma Venezuela, sob os governos de Lula e Dilma.

sociedades livres é mais agradável, um grande progresso, em que nada é forçado, há mesmo o chamado consentimento sem consentimento.

Com certo exagero, nos países totalitários, o Estado decide a linha a ser seguida e todos devem se conformar. As sociedades democráticas funcionam de outra forma: a linha jamais é anunciada como tal; ela é subliminar. Realizamos, de certa forma, uma “lavagem cerebral em liberdade”. Na grande mídia, mesmo os debates apaixonados se situam na esfera dos parâmetros implicitamente consentidos – o que mantém na marginalidade muitos pontos de vista contrários. (CHOMSKY, 2007<sup>39</sup>).

A opinião é restrita, isto é, apenas permitida com um mínimo de tolerância e desde que “incorpore os pressupostos básicos das doutrinas oficiais, com isso marginalizando e eliminando uma discussão crítica autêntica e racional” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 30). Como discorremos anteriormente, as premissas fundamentais do pensamento dominante devem ser respeitadas, qualquer um que escape disso sofrerá a fúria e a perseguição reservada aos dissidentes e subversivos, e será, portanto, colocado às margens.

Se as pessoas têm a capacidade de pensar livremente e compreender esses tipos de coisas, vão ser mantidas de fora por um sistema de filtragem muito complicado – que começa, de fato, no jardim de infância. Acho, na verdade, que todo o sistema educacional e de preparo profissional é um filtro muito elaborado, que simplesmente elimina os que são independentes demais e que pensam por conta própria, que não sabem ser submissos, e assim por diante – porque essas pessoas são prejudiciais às instituições. (MITCHELL E SCHOEFFEL 2005, p. 155).

O papel da propaganda como cortina de fumaça e a recorrência a técnicas de disfarce, mascaramento e camuflagem para manipulação jamais aconteceria ou seria imaginado pelas sociedades despóticas, pois estas não compreendem a lógica de que a linha subliminar e a insinuação são recursos eficientes e eficazes como formas de controle ideológico, em contraposição à imposição de crenças pela coerção e pela força. Orwell ficaria impressionado.

Hoje em dia os métodos são diferentes – não é a ameaça de uso da força que garante o fato de a mídia apresentar as coisas enquadradas de uma forma que serve aos interesses das instituições dominantes; os mecanismos hoje em dia são muito mais sutis. Mas, não obstante, existe um complexo sistema de filtros na mídia e nas instituições educacionais que acaba por garantir a eliminação, ou marginalização, de um modo ou de outro, das perspectivas dissidentes. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 30).

---

<sup>39</sup> *Revista Le Monde Diplomatique Brasil*, ago. 2007 – Trecho de entrevista com Noam Chomsky.

Por conseguinte, a propaganda nas ditas sociedades livres se vale de táticas com o objetivo de marginalizar e obliterar o pensamento crítico e independente. É necessário manter o rebanho temeroso e desnorteado.

Temos que mantê-lo bastante assustado porque a menos que esteja adequadamente amedrontado e intimidado como todo tipo de ameaças, capazes de o destruir interna ou externamente, ele pode começar a pensar, o que é muito perigoso, porque ele não tem discernimento para isso. Por isso é importante extraí-lo e marginalizá-lo. (CHOMSKY, 2003b, p. 25).

Essa perspectiva está em conformidade com o Modelo de Propaganda de Chomsky e Herman, no sentido de que as barreiras impostas pela doutrinação e estratégias desviantes de distração asseguram a eliminação de movimentos de contestação e dissidência, pois contribuem para que a população permaneça dispersa e fragmentada.

Para aqueles que lutam contra o sistema há um preço a se pagar. Exige disposição, força e bravura. E as pessoas acabam sendo desencorajadas a resistir porque as visões dissidentes e subversivas são perseguidas e marginalizadas, sobretudo, por:

[...] contrapor-se ao dilúvio da propaganda, ao efeito da imensa doutrinação. Pouquíssimas pessoas se encontram em uma posição que lhes possibilite dispor dos recursos, ou do tempo, ou da formação necessária para poder construir uma imagem da realidade, que de fato seja exata e reverta a imagem do sistema de doutrinação. (CHOMSKY, 1998a, p. 87).

Se a função da doutrinação é impedir que as pessoas entendam o mundo e mantê-las apáticas e passivas, as intenções de Chomsky e Herman, com o Modelo de Propaganda, se dão no sentido de contrapropaganda, pois trata-se de “um esforço de educar pessoas para torná-las mais capazes de se protegerem do sistema de propaganda. E nisso acho que houve um efeito: há um monte pessoas ligadas na propaganda de um modo como não o eram até agora” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 149).

Os efeitos da propaganda ideológica repercutem nos pensamentos e espíritos, cabendo a cada qual a escolha por qual atitude tomar. “Se agirmos com a ideia de que não haverá possibilidade de mudança para melhor, estaremos garantindo que não haverá mudança para melhor. A escolha é nossa, a escolha é sua” (CHOMSKY, 2002a, p. 17).

Muitos optam pelo conformismo, o que surpreende Chomsky, no sentido de ele não compreender o porquê das pessoas simplesmente não se revoltarem, já que só a mobilização, a organização e a união coletiva seriam capazes de influir em mudanças significativas e substanciais na sociedade e não relegaria o papel de resistência, luta e combate a uns poucos dissidentes.

Uma possível explicação para o desinteresse e para o fato de as pessoas não se importarem é que demanda certo esforço em ir atrás dos fatores que bloqueiam o discernimento e a apreensão, de forma que a apatia é a atitude mais cômoda e confortável. “Devido a variados bloqueios terem sido desenvolvidos e impostos para impedir as pessoas de pensarem” MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 274).

Ver além do engano não é tarefa fácil, mas não é impossível. O que persiste é a boa vontade do público em aceitar, nomeadamente a mentalidade subserviente.

Verifica-se, na verdade, um impressionante colapso da sociedade civil: todos estão isolados, atomizados. E não há como esquecer que enquanto a indústria, as finanças e o comércio estiverem em mãos de estruturas privadas tirânicas que não prestam contas a ninguém, não haverá nenhuma democracia que funcione e nunca haverá liberdade. (CHOMSKY, 1998a, p. 36).

Enxergar algo a mais através da doutrinação só é possível “a quem estiver disposto a dedicar a isto algum tempo e esforço e chegar a algum entendimento do que está acontecendo. Sem contar que [...] “a possibilidade de pesquisar que é necessária para distinguir fatos de propaganda limita-se a uns poucos privilegiados” (CHOMSKY, 2006, p. 282). Para retomar o controle da própria vida é preciso vencer o isolamento e organizar-se, e então transpor as barreiras limitadoras do pensamento e da liberdade.

“Uma real consciência efetivamente ocorre por meio de prática e experiência com o mundo. Não se trata de que primeiro você se torna consciente e depois começa a fazer coisas; é por meio das coisas que faz que você se torna consciente” (MITCHELL E SCHOEFFEL 2005, p. 253).

Chomsky conclama a sociedade e não o indivíduo a superar o problema de Orwell, isto é, a apatia e a passividade. Se o sistema procura isolar as pessoas, ele faz o trabalho oposto, de combater os efeitos da atomização e tentar reuni-las: “O primeiro passo é dispersar as nuvens de falácias e distorções e aprender a verdade sobre o mundo, então se organizar e agir para mudá-lo” (CHOMSKY, 1998b, p. 145). É no âmbito da inteligência cooperativa que é possível confrontar o sistema ideológico.

## 5.1. Quem vence o ringue?

É preciso enfrentar o esquema de manipulação da fábrica de controle de pensamentos, já que esta parte do pressuposto de que é possível influenciar diretamente mentes e atitudes, pois os poderosos se baseiam na lógica do organismo vazio ou tábula rasa.

[...] as elites muitas vezes favorecem a visão do organismo vazio e tendem a “legitimar estruturas de hierarquia e dominação”. Chomsky, portanto, distancia-se tanto da psicologia comportamental *skinneriana* quanto da ala autoritária do marxismo, tanto em sua opinião pronunciando a "natureza humana" como sendo altamente maleável, como sendo meramente um produto das condições materiais (ou do condicionamento operante). (BABE, 2015, p. 269, tradução nossa).

Chomsky é cético em relação aos efeitos onipotentes da propaganda, embora acredite que as pessoas são suscetíveis à propaganda, e atribui que essa crença da mente como uma tábula rasa, ou seja, isenta de estruturas mentais inatas, é totalmente apropriada para o *modus operandi* do sistema ideológico.

“Nesse caso, o conceito de um organismo vazio é útil e conveniente. É plausível que os ideólogos do Estado e os administradores se sintam atraídos por essa doutrina porque ela é muito conveniente para eles, ao eliminar as barreiras morais à manipulação e ao controle” (CHOMSKY, 2007a, p. 96).

Como forma de situar o contexto da crença no organismo vazio aplicado ao panorama da propaganda, é preciso rever a teoria psicológica dos efeitos. A difusão em larga das comunicações de massa ocorrida no período das grandes guerras mundiais provocou alvoroço e curiosidade entre pesquisadores e estudiosos das mais diversas esferas do conhecimento.

A novidade do próprio fenômeno da comunicação de massa, como também as influências em relação às trágicas experiências totalitárias daquele período histórico ergueram as bases para a criação de uma teoria da sociedade de massa, denominada “Teoria Hipodérmica” que questionava o seguinte aspecto: que efeito tem os *mass media* numa sociedade de massa?

A ‘Teoria Hipodérmica’ fez parte da primeira fase da pesquisa sobre os efeitos, entre as décadas de 20 e 40, na qual que se acreditavam nos efeitos ilimitados ou diretos dos meios de comunicação de massa. Por volta de 1940 a 1960 já se falavam em efeitos limitados e indiretos, e dos anos 60 em diante, há uma retomada da necessidade de se analisar a influência e impacto



das mensagens, valorizando, sobretudo, os efeitos de longo prazo articulados pela cognição humana.

A importância dessa então considerada primeira teoria da comunicação ainda serve de referência para compreender qualquer expectativa quanto aos usos e apropriações do público em relação às mensagens. O pilar da teoria encontra-se na psicologia comportamentalista do movimento "estímulo/resposta" próprio do behaviorismo, que se trata de uma resposta condicionada em decorrência de estímulos.

A noção que se tinha era a de que os efeitos das mensagens atingiriam e adentrariam as mentes dos indivíduos com a mesma magnitude, ocasionando reações idênticas. Em suma, a crença era de que cada pessoa era impactada e influenciada diretamente pelo conteúdo da mensagem. (WOLF, 1995).

Em uma sociedade típica de um sistema de comunicação de massa embrionário, havia a convicção da magnitude dos efeitos sobre o público, mais especificamente, sobre a "massa". As reações imediatas eram tidas como certas, sem a preocupação com o rigor e o aprofundamento com exames mais detalhados, desconsideravam o fato da impossibilidade de alcançar e mensurar tais efeitos de uma forma tão imediata e ignoravam que só a observação realizada sob a persistência em longo prazo é que poderia proporcionar elementos suficientes para levar a algum diagnóstico mais preciso da compreensão dos sentidos.

O esforço para atingir determinadas reações ou respostas visava, especialmente, a moldagem da opinião pública. "A pesquisa sobre comunicação de massa concentrou-se na persuasão, ou seja, na capacidade dos *mass media* de influenciar, e usualmente mudar opiniões, atitudes e ações numa direção dada" (KATZ, 1957, p. 155).

A moldagem da opinião pública, com suas técnicas e mecanismos de fabricação do consenso, revelou-se um esquema de doutrinação maravilhoso, que se transformou numa verdadeira Fábrica de Controle de Pensamentos. Klapper (1957, p. 163) diz:

Com relação à persuasão, temos sustentado que os media não são, apesar de tudo, tão terrivelmente poderosos, mas não obstante temos informado sobre seus êxitos impressionantes em causas tão variadas como a promoção de intolerância religiosa, a venda de bônus de guerra, a crença no sistema norte-americano.

A influência que a propaganda ideológica exerce sobre o público não se deve apenas ao que é dito ou expresso, pelo domínio da palavra ou de seu poder psicossocial, mas também se

estende ao que não é dito de forma explícita, ao que está insinuado, camuflado, encoberto por uma cortina de fumaça.

É possível notar que, além de reiterar a ordem vigente, a propaganda limita a discussão de questões essenciais. Dessa forma, enfatiza a subserviência e o conformismo e restringe uma avaliação consciente e racional. Sendo assim, uma das preocupações com o impacto das mensagens sobre as audiências é que com o seu avanço contínuo ter-se-ia uma derrota incondicional do pensamento crítico e um conformismo irrefletido, fundamentada na perspectiva da disfunção narcotizante.

As técnicas e mecanismos de propaganda estavam ancorados em crenças na estupidez, ignorância e irracionalidade das multidões cujas decisões estariam interligadas em emoções primárias.

O público mundial é relativamente débil e subdesenvolvido, em parte porque é tipicamente mantido subordinado a áreas de sentimento, nas quais é vedado o debate sobre a condução dos negócios públicos. Durante uma guerra ou crise bélica, por exemplo, os habitantes de uma região são inexoravelmente levados a impor certas orientações da vida pública a outros. Dado que o resultado do conflito depende da violência, e não do debate, não há um público sob tais condições. O que há é uma rede de grupos de sentimento, que atuam com multidões e, portanto, não toleram dissensão. (LASSWELL, 1948, p. 116).

Destarte, por serem incapazes de determinar seu destino e fazer escolhas racionais, as massas deveriam ter escolhas impostas a elas por especialistas e líderes que estavam imbuídos deste papel.

O influente teórico e crítico de política externa Reinhold Niebuhr, às vezes chamado de “o teólogo do *establishment*” [...] argumentava que a racionalidade era um dom para poucos. Só uma pequena quantidade de pessoas possui esse dom. A maioria das pessoas é guiada apenas pela emoção e pelos impulsos. Aqueles dentre nós que são detentores da racionalidade têm de criar “ilusões necessárias” e super-simplificações emocionalmente eficazes para manter os simplórios ingênuos mais ou menos na linha. (CHOMSKY, 2003b, p. 18).

De acordo com Chomsky, essas eram as ideias progressistas da época, muito semelhantes aos imperativos do leninismo-marxismo, um aspecto já previsto por Mikhail Bakunin.

Já pus à discussão a semelhança impressionante das doutrinas desenvolvidas por socialistas partidários da autoridade e ideologistas do capitalismo de

estado, que constituem um sacerdócio secular reclamando autoridade absoluta tanto espiritual quanto laica, em nome dum conhecimento científico laico da natureza dos homens e das coisas. (CHOMSKY, 1975, p. 145).

Para Chomsky, a teoria democrática se baseava na mesma lógica da visão leninista.

De fato, ela tem uma grande semelhança com a concepção leninista de que uma vanguarda de intelectuais revolucionários deve assumir o poder do Estado, por intermédio de revoluções populares, para então conduzir as massas estúpidas em direção a um futuro que elas são burras e incompetentes demais para antever por si mesmas. A teoria da democracia liberal e o marxismo-leninismo são muito próximos nas suas concepções ideológicas. (CHOMSKY, 2003b, p. 15).

Os efeitos da persuasão eram desencadeados no contexto de uma sociedade fragilizada e enfraquecida por guerras, conflitos étnicos e crises sistêmicas. Uma conjuntura de sofrimento e luta por sobrevivência pode ser fator explicativo das reações baseadas em fortes emoções e histeria. “Os Estados Unidos foram os pioneiros da indústria de relações públicas [...]. Eles aprenderam muito com os êxitos da *Comissão Creel* e com o sucesso na criação do “Pavor Vermelho” e suas consequências” (CHOMSKY, 2003b, p. 20).

Nesta pesquisa, analisamos como o fervor anticomunista foi explorado, sobretudo, sob o pretexto de uma “ameaça global” durante a Guerra Fria e serviu para construir e sustentar uma ordem mundial suficientemente estável, possibilitando, assim, o avanço e fortalecimento das economias mundiais. Para efeitos de propaganda foi preciso “defender o mundo livre frente à Conspiração Comunista Internacional”. E o que Chomsky nos mostra é o intrigante contraste entre a doutrina e a realidade, entre o declarado e o real.

Foi possível observar que aquilo a que a propaganda refere tecnicamente como “comunismo” é um significante vazio, que pode ser moldado de diferentes maneiras conforme a conveniência, mas que a intenção é sempre no sentido de mobilizar preconceitos, frustrações, medo e ódio, portanto, trata-se de uma retórica que não pode ser subestimada.

Para compreender os esquemas de propaganda, Chomsky dirige sua reflexão sob o ponto de vista ideológico, e não circunscrita ao âmbito psicológico como previa a Teoria dos Efeitos. Sendo assim, o pensador combate a psicologia behaviorista, mais precisamente, resiste ao “behaviorismo radical, asseverador de que toda crença e todo conhecimento humano, bem como os “padrões” de pensamento e ação características do homem, podem ser explicados como ‘hábitos’ incutidos por um processo de ‘condicionamento’” (LYONS, 1974, p. 15).

Como sugere Chomsky, é totalmente possível ao ser humano expressar as ideias sem qualquer limitação, mesmo que haja restrições, não são limitações suficientes para impedir a capacidade de liberdade que é fundamental da natureza humana, inclusive, este é o cerne da filosofia cartesiana.

Chomsky pertence a uma matriz teórica que coloca questões de inteligência e do espírito humano como inatas, tais como a compreensão, a interpretação, as condições morais e políticas, o julgamento estético, entre outras.

Vejam, somos seres dotados de consciência própria, não somos pedras, e podemos vir a ter uma melhor compreensão de nossa própria natureza, ela pode se tornar cada vez mais consciente ao longo do tempo [...] somente através da experiência – incluindo a experiência histórica, que faz parte de nossa experiência pessoal, porque está embutida na cultura na qual entramos – é que poderemos conseguir uma maior compreensão de nossa natureza e de nossos valores. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 474).

Segundo o pensador, sua contribuição como analista do poder e do sistema de controle ideológico não tem relação com o trabalho que ele realiza como linguista. Mas o que é possível extrair, a partir desses sentidos aparentemente opostos do pensamento do autor, é a singularidade de seu argumento ao discutir os aspectos ético-morais e a própria percepção da natureza humana, o qual está enveredado por uma mesma vertente: a da mente humana.

Na linguística, Chomsky recorre ao “Problema de Platão”, que ao contrário do “Problema de Orwell”, indaga quanto à capacidade da cognição humana em saber tanto com tão poucas evidências e estímulos. A concepção de Chomsky acerca da linguagem, o espírito e a mente se opõe ao padrão de comportamento biológico de pobres criaturas manipuláveis, uma crença que foi incorporada às táticas de propaganda, e que se daria através do mecanismo de estímulo-resposta, causa-efeito, ação-reação<sup>40</sup>, em que os efeitos e sintomas nos humanos também são explicadas por um conjunto de técnicas de condicionamento ou incitações.

O pensador preza pelo espírito livre e pela liberdade de escolha, de modo que, por esta ótica, o ser humano não está completamente à mercê de estímulos, apesar de que não seja totalmente imune. O povo, portanto, não é guiado por emoções e impulsos, no entanto, pode ser distraído e marginalizado, pois é a tentativa de controle ideológico que adquire significado no contexto da propaganda em Chomsky, a despeito do controle psicológico.

---

<sup>40</sup> Todavia este termo é mais utilizado para seres brutos ou objetos inanimados, em oposição ao estímulo-resposta para seres vivos.

A concepção mentalista de Chomsky é determinante para seu entendimento no que tange às tentativas de controle e manipulação pretendidas pela propaganda. “Minha impressão pessoal é que a capacidade humana fundamental é a necessidade de autoexpressão criadora, a necessidade de livre controle da própria vida e do pensamento em todos os aspectos” (CHOMSKY, 1969, p. 37).

Para Lazarsfeld e Merton (1948, p. 248), a eficácia dos efeitos se dá por motivos de uma “ausência quase completa de contrapropaganda”. É por conta dessa realidade, que segundo Chomsky, demanda certo empenho e esforço para captar o engano.

Na contramão do discurso do *mainstream*, Chomsky exerce então seu papel de ativista e dissidente e atua como um movimento de contraponto ao discurso da propaganda ideológica, que procura inculcar hábitos e demais formas de condicionamento ao público com base na perspectiva behaviorista.

Os estrategistas, por encomenda dos poderosos, vêm tentando aplicar estímulos e fórmulas de propaganda como forma de angariar conformismo e consentimento aos interesses de uma minoria privilegiada, bem como manter boa parte do público indiferente e desorientada.

O homem sem direções torna-se um objeto moldado pelo direcionamento político do mais forte. A posição epistemológica de que o organismo humano é puramente plástico e adaptável levanta precedentes para diferentes convicções políticas interessadas na justificação de atos escusos. (REIS, 2013, p. 181).

Para Chomsky, o ser humano possui a capacidade de inteligência e liberdade necessária para reagir de modo independente aos estímulos, assim é totalmente possível não ter o pensamento aprisionado pelos grilhões doutrinários e é perfeitamente viável escapar das práticas de moldagem psicológica pretendida na eterna luta pela mente dos homens.

“E, para justificar essas práticas, é muito útil acreditar que os seres humanos são organismos vazios, maleáveis, controláveis, fáceis de serem governados e assim por diante, sem necessidade essencial de lutar para encontrar o próprio caminho e determinar seu destino” (CHOMSKY, 2007a, p. 95).

É por isso que são empreendidos imensos esforços de propaganda, uma vez que “há a necessidade de vencer “a perpétua batalha pela mente dos homens” e “doutrinar os cidadãos com a crônica do capitalismo” até que “eles sejam capazes de repeti-la com absoluta fidelidade” (CHOMSKY, 2002a, p. 104).

A capacidade de livre desenvolvimento humano é peremptória para que este seja capaz de perceber os elementos da propaganda que são contrários e limitadores dessa liberdade, e então insurgir contra sistemas de opressão e controle ideológico.

Ao longo dos anos do governo Reagan, o público norte-americano em geral também se mostrou insubmisso, o bastante para empurrar o governo para o terror clandestino. Embora a classe especializada cumprisse sua função, as massas ignaras nunca foram adequadamente domadas. (CHOMSKY, 2003a, p. 322).

O governo teve que se esgueirar por operações clandestinas e recorrer a Estados mercenários porque temia a reação da população, portanto não podia fazer nada às claras. “É muito raro que um governo tenha de descer a tal nível de clandestinidade a fim de pôr em ação suas atividades terroristas” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 21).

Chega uma hora em que o público desperta e parte para a ação, como aconteceu na Guerra do Vietnã e em outros contextos no exercício da política militarista e agressiva dos EUA na Guerra Fria.

Só quando centenas de milhares de tropas americanas foram enviadas para a Indochina, que estava sob um ataque devastador, e com o massacre de milhares de pessoas foi que os protestos se tornaram um pouco mais do que minimamente significativos. Em contraste, tão logo o governo Reagan insinuou que pretendia intervir diretamente na América Central, protestos espontâneos brotaram em escala suficiente para obrigar os terroristas de Estado a buscarem outros meios. (CHOMSKY, 1996b, p. 125).

Apesar do enorme arsenal de propaganda empreendido para doutrinar, desviar a atenção e distrair o público, sempre havia aqueles que eram o contrapeso na balança, resistiam e contestavam as intervenções, ainda que a aversão, a temida “síndrome do Vietnã”, não fosse motivo suficiente para impedir novos episódios.

Desde princípios de 1981, Reagan tratou de intervir de forma direta com forças militares na América Central, mas sempre foi contido pelo clamor popular, que algumas vezes ameaçou até mesmo converter-se em resistência popular. Pesquisas de opinião apontavam que cerca de 50% da população apoiariam formas de resistência aberta, ou seja, não apenas de oposição, caso Reagan mandasse tropas norte-americanas para a América Latina. (CHOMSKY, 1998a, p. 71).

Várias ocasiões na história foram rompantes para o fortalecimento de vínculos e de laços, facilitando as trocas, a união e a mobilização em coletividade, de modo que as condições de isolamento, alienação e passividade não eram regra, como previa a perspectiva dos efeitos.

A inteligência humana necessita da vida comunal como seu verdadeiro e único hábitat. Em troca, ela é responsável pela renovação constante do próprio fluxo vital dessa dada comunidade, ou melhor, propicia o renascimento e a comunicação de ideias entre seus membros. Ainda em outras palavras, na medida em que a inteligência humana permite essa comunicação livre e plena entre os indivíduos, confere realidade à opinião comum, à vida comunal, portanto, cremos ter salientado a combinação e a necessidade mútua da inteligência e da vida comunal, ambas reunidas no terreno comum da democracia (AMARAL, 2007, p. 88).

Sabemos que quando as pessoas se unem surgem atos de solidariedade e empatia - os quais fogem ao escopo das reações esperadas pelo sistema de crença que visa arregimentar mentes - mas que são características inerentes à natureza humana.

Até há bem pouco tempo, a imagem da sociedade na mente da maior parte dos estudiosos da comunicação era de indivíduos atomizados, ligados aos *mass media* mas não entre si. A sociedade – a “audiência” – era concebida em termos de agregados de idade, sexo, classe social e similares, mas escassa preocupação era dedicada aos relacionamentos implícitos nisso, ou a relacionamentos mais informais. Não é que os estudiosos da comunicação de massa ignorassem que os membros da audiência têm famílias e amigos; é que eles não acreditavam que esses pudessem afetar o resultado de uma campanha. Desta forma, as relações interpessoais informais eram consideradas irrelevantes para as instituições da sociedade moderna. (KATZ, 1957, p. 156).

A propaganda ideológica surge justamente como uma tentativa de obliterar o pensamento coletivo que brota da livre associação das massas em prol do bem comum, e atua no sentido de estabelecer um formato de pensamento único, o da elite.

“Para os interessados na manutenção do poder e dos privilégios, seria bom modificar o que as pessoas pensavam. Afinal, não iriam querer que elas se dessem conta que pertenciam a uma classe oprimida” (CHOMSKY, 2017a, p. 131). Sendo assim, para os poderosos “não existe essa tal de classe. A menos que você, por acaso, pertença à classe dominante, pois nesse caso você tem consciência de tudo isso” (CHOMSKY, 1996c, p. 107).

No entanto, o sistema de controle ideológico não consegue bloquear e obliterar a conscientização e a politização por muito tempo. “O rebanho assustado nunca está completamente domado, pois essa é uma batalha permanente” (CHOMSKY, 2003b, p. 29).

Para Chomsky, o instinto de liberdade que é inerente ao ser humano, faz com que as pessoas sempre procurem modos de se unir de alguma forma para enfrentar e confrontar modelos de opressão, portanto, existem oportunidades de modificar determinadas imposições. “As pessoas encontrarão modos de se identificar com os outros, de se associar, de participar de alguma coisa” (CHOMSKY, 1997, p. 68).

Os avanços sociais só foram possíveis e continuam a acontecer porque “em algum momento as pessoas percebem qual é a estrutura de poder e dominação e se comprometem a fazer algo a respeito disso. Assim ocorreram todas as mudanças na história” (CHOMSKY e BARSAMIAN, 2006, p. 146).

É por isso que não se pode falar somente em efeitos espetaculares da propaganda, apesar de ser um sistema de doutrinação maravilhoso, muito bem arquitetado. Mas há sempre uma brecha e uma válvula de escape. Portanto, “parte da dificuldade está em que nem mesmo o mais eficiente sistema de propaganda é capaz de manter por muito tempo as atitudes adequadas na população” (CHOMSKY, 2003a, p. 176).

Em entrevista à Marcia Tiburi<sup>41</sup> (2007), Chomsky problematiza:

[...] forças populares empenhadas e comprometidas têm muitas oportunidades de modificar políticas e de mudar ou mesmo dismantelar estruturas institucionais que passarem a considerar ilegítimas. E os sistemas de poder estão conscientes disso. Essa é uma das razões da intensa propaganda tentar manter o público passivo e marginalizado. Não há compulsão para sucumbir a essas pressões. Não há como a democracia ser reconstruída e estendida pela economia, mas não há limites discerníveis quanto ao que o empenho popular pode alcançar. O que está faltando é vontade, não oportunidade.

A palavra de Chomsky é uma lufada de esperança para quem está cansado e abatido. O que ele mais quer é que “as pessoas tenham a oportunidade de decidir livremente, por si mesmas, quais são suas necessidades, e não só ter as “escolhas” impostas a elas por algum sistema arbitrário de poder” (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 275).

O radialista e um dos coautores de Chomsky, David Barsamian, diz o seguinte sobre ele (2003, p. 15):

---

<sup>41</sup> TIBURI, Marcia. Chomsky, o mestre do contra. *Revista Cult*, 2007. Disponível em <https://revistacult.uol.com.br/home/chomsky-o-mestre-do-contra/>. Acesso em 21 mar.2017.



“Sua prática é lhe dizer o que pensa, mas não o que você deve pensar. Sua prática é confortar os aflitos e afligir os acomodados. Ao invés de simplesmente maldizer a escuridão, sua prática é acender a vela para que enxerguemos. ”

Chomsky costuma convocar as pessoas a exercerem a sua livre capacidade de pensamento e incentiva a importância de uma “mente independente” como forma de escapar das tentativas de controle e manipulação pretendidos pelo sistema de propaganda ideológica.

Temos de desenvolver organizações populares estáveis e uma cultura de interesse e envolvimento, de ativismo e solidariedade, que possa ajudar a segurar a nossa barra nessas lutas e que possa ajudar a derrubar algumas das barreiras que foram erguidas para nos dividir e nos distrair. (MITCHELL E SCHOEFFEL, 2005, p. 289).

Na conjuntura atual, vivenciamos a ascensão de movimentos que se revelam, não só fascistas, mas sobretudo obscurantistas, em que prevalece a imposição de um modelo retrógrado sexista, misógino, patriarcal, paternalista, entre outras características excludentes, cuja configuração é baseada na estupidez, mediocridade e ignorância das massas, por isso a importância da doutrinação para obstruir e obscurecer a luz da instrução, do esclarecimento e do conhecimento.

Resistir às trevas pode ser algo árduo e cansativo. Fechar os olhos e acostumar-se à escuridão são, muitas vezes, as alternativas mais agradáveis. O problema de Orwell diz respeito ao grau de conformidade e submissão à ideologia dominante, portanto é mais uma questão de obediência e indiferença do que de fato um controle poderoso e efetivo de mentes e atitudes. Todos temos escolhas. E como está grafado na epígrafe desta tese (CHOMSKY, 2002b, p. 78): “se assim decidirmos, podemos viver num mundo de confortante ilusão”.

## 6. CONCLUSÕES

Chomsky observa os usos e apropriações da propaganda direcionada ao público norte-americano contexto que ele vivencia e faz parte. Não obstante, procura ressaltar que a lógica de doutrinação é inerente a um viés sistêmico de um modelo de Estado Neoliberal, em que para a manutenção do *status quo* e do *establishment*, ou seja, para que as engrenagens financeiras do poder corporativo possam continuar a operar de modo a privilegiar uma “minoría opulenta e próspera”, a propaganda ideológica adota o discurso do *mainstream* e seu principal propósito é colaborar no sentido de manter as pessoas dispersas e isoladas e, com isso, cooperar em prol de eliminar qualquer possibilidade de perturbação da ordem, de mobilização, contestação, dissidência e resistência.

Nesta tese, elencamos fenômenos e ilustrações do poder de um sistema que fabrica determinadas “ilusões necessárias” para conter “inimigos”, manipular e controlar o público. Os poderosos, por meio da propaganda ideológica, apostam contra certas ideologias, de modo que as doutrinas servem aos interesses egoístas de maximizar os lucros e a fatia no mercado.

De modo que evidenciamos nesta tese a função da propaganda ideológica como uma farsa grotesca, o de uma verdadeira fábrica do embuste, uma agente de um marketing desonesto. Apreendemos durante este estudo a mais dura realidade acerca da doutrinação: suas derivas antipovo e antidemocrática, e um efetivo papel no combate à paz, à justiça e as liberdades. O sucesso da propaganda depende de propostas obscurantistas e medíocres como doutrinação, no sentido que é preciso que haja falta de instrução e ignorância para conseguir exercer sua ação de dominação.

A fórmula retórica que foi explorada nesta tese é o apelo de cunho anticomunista, que desencadeia simbolicamente um incêndio devastador cujas labaredas nunca se apagam. Mesmo em tempos de brasa, basta uma faísca para reacender novamente as suas centelhas que provocam estragos sem precedentes. Nunca houve, na realidade, uma ameaça comunista. Isso, de fato, é um dos maiores legados deixados pela propaganda ideológica. Na verdade, é mais precisamente uma forma de se opor a qualquer ameaça ao poder privado.

Todas as evasões, invenções e fingimentos, dentro da estrutura do sistema ideológico, possuem o intuito de causar confusão e retirar qualquer chance de compreensão da realidade, o que obviamente protege o sistema corporativo. Por meio dos mecanismos de repetição e moldagem de palavras, descobrimos como é possível provocar qualquer efeito de sentido desejado pelos emissores, na expectativa de evocar ou disfarçar ideias.

As ideologias podem ser tanto enaltecidas quanto desvirtuadas. Desse modo, quando o objetivo é a persuasão, a confusão é proposital, intencional, previamente articulada para enganar, alterar e distorcer os sentidos. As ‘pilhagens linguísticas’ são “ilusões necessárias”, na medida em que o vocabulário de doutrinação inventado pela propaganda faz emergir expressões de fachada de maneira a evocar conotações equivocadas a fim deturpar ideias e fatos.

As técnicas e táticas de propaganda podem inicialmente estar vinculadas a sutis tentativas de lograr e ludibriar o público, mas que com o tempo adquirem certo cinismo e se tornam motivos de escárnio, explorados no mais alto grau, sem qualquer disfarce.

O filtro fatídico revela que a linguagem é aprisionada pela propaganda e os significados e sentidos nos remetem a determinadas interpretações dentro do *mainstream*. Em se tratando da retórica para sustentar o aparato do Estado norte-americano, podemos ilustrar da seguinte forma: uma coisa é o que o Tio Sam diz querer, outra coisa é o que o Tio Sam realmente quer.

Os termos léxicos remetem a falsas analogias através das “ilusões necessárias”. Os vocábulos são artifícios retóricos que buscam lograr e ludibriar o público, respaldados pelo nominalismo ingênuo. As definições dadas são pouco questionáveis na qual a sintaxe prevalece sobre a semântica. Portanto, nem tudo é o que parece ou conforme aparenta ser. Um nome pode não ser aquilo conforme se expressa, por isso não deve ser tomado como a coisa em si, como se significado e significante se fundissem. “*Ceci n`est pas une pipe*<sup>42</sup>”.

“Anteriormente ao seu uso operacional, o conceito nega a identificação da coisa com a sua função; distingue aquilo que a coisa é das funções contingentes dessa coisa na realidade estabelecida” (MARCUSE, 1982, p. 101). Um conceito pode justamente disfarçar o seu contrário, o oposto do que aparenta ser. E, repetidas vezes, se trata de bravatas, de uma onda de impropérios, desprovido de qualquer sentido cognitivo.

A doutrinação como engodo e mera tapeação tem sido essencial para construir uma fórmula de propaganda com base na inversão da realidade promovida pelas “ilusões necessárias”, em que estas são, geralmente, permeadas de insegurança e medo. A bateria de reações inclui comportamentos, que a depender do contexto, remetem à apatia e à letargia, mas que também podem desencadear a histeria, o fanatismo e o delírio.

O quinto filtro, quando é explorado ao extremo, por ser desprovido de fundamento e sentido cognitivo, fabrica um ambiente propício para devaneios e paranoias. “Os termos do discurso político têm tipicamente dois significados. Um é o significado do dicionário, e o outro

---

<sup>42</sup> Tradução: “isto não é um cachimbo”. O aforismo aparece na pintura belga do artista surrealista René Magritte.

é o significado utilizado para servir ao poder – o significado doutrinário” (CHOMSKY, 1996b, p. 112). Os sentidos operacionais dos conceitos são outros, de modo que os vocábulos são forjados propositalmente para gerar significados dúbios e oblíquos.

Sempre que os conceitos são idênticos às palavras, a variação é quase imperceptível e não tem qualquer função prática. Mas quando se faz necessária uma definição exata ou uma explicação mais cuidadosa, podemos descobrir as variações mais extraordinárias, não só na compreensão puramente intelectual do termo, mas particularmente no seu tom emocional e na sua aplicação. Essas variações são sempre subliminares e, portanto, as pessoas não as percebem. (JUNG, 2008, p. 47)

A inversão da realidade proporcionada pela propaganda suprime a verdade e revela a força dos pressupostos disfarçados em *slogans* doutrinários. A intenção é obstruir o raciocínio e a reflexão. As pessoas não podem sequer cogitar em parar um minuto para pensar.

“Far-se-ão todos os esforços para deseducar a população geral, a fim de que ela afunde no nível intelectual e moral dos gestores da cultura e da sociedade. Aqueles que não sucumbirem terão uma missão histórica, e não devem se esquecer disso” (CHOMSKY, 2003a, p. 407).

Tensionando todos os sentidos que permeiam esta pesquisa, acreditamos que o que há de mais elementar no conceito de propaganda em Chomsky é a capacidade desta na fabricação de inimigos, a partir de uma retórica que aposta na despolitização do público, evidenciando o caráter obscurantista e fascista do sistema de poder.

Sendo assim, a fabricação do consenso é portanto, uma dimensão que tende a permanecer enquanto meta dos manejadores das rédeas do poder, assim como o dissenso exercido incansavelmente, tanto por Chomsky, realçado nesta tese, quanto pela argumentação enquanto lógica aqui reconstruída, e também, não menos importante, por tantos Chomskys que não são nomeados. Salientamos que o pensamento aqui articulado é um movimento inconcluso, que insere-se como uma reflexão que caminha.

Lutar pela democracia e por um mundo mais livre e justo é um processo muito dolorido, e, por vezes, traumático. Mas é preciso continuar ou até mesmo começar de novo, se necessário, ainda que nos faltem força, energia, entusiasmo. A história é cíclica, então haverá momentos de progressos e conquistas e outros de derrotas devastadoras. No entanto, as grandes mudanças acontecem aos pouquinhos e sempre se iniciam no micro. Ficar apenas lamentando e se

queixando não leva a lugar algum. É um movimento que precisar ser feito em conjunto, por isso a importância das interações e dos vínculos, na dinâmica da união e da coletividade.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística**. – Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto, 1996.

AMARAL, Maria Nazaré de Camargo Pacheco. **DEWEY: filosofia e experiência democrática**. – São Paulo: Perspectiva, 2007.

ATEM, Guilherme Nery. Guerra semiótica, jornalismo e propaganda. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Ano V - n. 1 pp. 161 - 172 jan. / jun. 2008.

BABE, Robert E. **Wilbur Schramm and Noam Chomsky Meet Harold Innis: Media, Power, and Democracy**. [EPUB]. Boulder, CO: Lexington Books, 2015.

BARAN, Paul A. SWEEZY, Paul M. **Teses sobre a propaganda**, 1963. In: COHN, Gabriel (Org.). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Companhia e Editora Nacional, 1972.

BARSKY, Robert F. **Noam Chomsky: a vida de um dissidente**. – São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2004.

BERNAYS, Edward. **Crystallizing public opinion**, New York: Boni and Liveright, 1923.

BERNAYS, Edward. **Propaganda**, New York: Horace Liveright, 1928.

BERNAYS, Edward. **The engineering of consent**. Norman: University of Oklahoma Press, 1969.

BLUMER, Herbert. A massa, o público e a opinião pública, 1946, p. 186. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia e Editora Nacional, 1972.

CARAPANÃ. A nova direita e a normalização do nazismo e do fascismo. In: MIGUEL, Luis Felipe [et.al.]. **O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil**. Esther Solano Gallego [org.].-1.ed. – São Paulo: Boitempo, 2018.

CARVALHO, Rafiza Luziani Varão Ribeiro. **Harold Lasswell e o campo da comunicação**. 244 f.: Tese (doutorado) - Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2012.

CHOMSKY, Noam. The responsibility of intellectuals. *New York Review of Books*, 1967.

CHOMSKY, Noam. **Sobre política e linguística**. Barcelona: Anagrama, 1969.

CHOMSKY, Noam. **Reflexões sobre a linguagem**. Lisboa: Edições 70, 1975.

CHOMSKY, Noam. **Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies**, Boston: South End Press, 1989. In: <https://zcomm.org/necessary-illusions/>. Acesso em 16 mar.2017.

CHOMSKY, Noam. **Camelot, os anos Kennedy**. São Paulo: Editora Página Aberta LTDA, 1993a.

CHOMSKY, N. **Ano 501: a conquista continua.** – São Paulo: Scritta, 1993b.

CHOMSKY, Noam. **O conhecimento da língua: sua natureza, origem e uso.** Lisboa: Caminho, 1994.

CHOMSKY, Noam. **Novas e velhas ordens mundiais.** São Paulo: Scritta, 1996a.

CHOMSKY, Noam. **O que o Tio Sam realmente quer.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1996b.

CHOMSKY, Noam. **Minoria prospera e a multidão inquieta.** Entrevistas a David Barsamian. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1996c.

CHOMSKY, Noam. **Segredos, mentiras e democracia.** Entrevistas a David Barsamian. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1997.

CHOMSKY, Noam. Consentimento sem consentimento: a teoria e a prática da democracia. **Estud. av.** São Paulo, v. 11, n. 29, p. 259-276, abril de 1997. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40141997000100014&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141997000100014&lng=en&nrm=iso). Acesso em 09 ago. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40141997000100014>

CHOMSKY, Noam. **Um olhar sobre a América Latina.** Entrevistas a Heinz Dieterich. –Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1998a.

CHOMSKY, Noam. **Os caminhos do poder: reflexões sobre a natureza humana e a ordem social.** - Porto Alegre: ArtMed, 1998b.

CHOMSKY, Noam. **O lucro ou as pessoas: neoliberalismo e ordem global.** – 2ª ed. – Rio de Janeiro; Bertrand Brasil, 2002.

CHOMSKY, Noam. **11 de setembro.** – 5ª ed. - Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

CHOMSKY, Noam. **Propaganda Ideológica e Controle do Juízo Público.** - Rio de Janeiro: Achiamé [s.d.].

CHOMSKY, Noam. **Contendo a Democracia.** Rio de Janeiro: Record, 2003a.

CHOMSKY, Noam. **Controle da mídia: os espetaculares feitos da propaganda.** – Rio de Janeiro: Graphia, 2003b.

CHOMSKY, Noam. **O império americano: hegemonia ou sobrevivência.** – Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHOMSKY, Noam. **Poder e Terrorismo.** John Junkerman. Tsurumi, Shunsuke, [orgs. ] –Rio de Janeiro: Record, 2005.

CHOMSKY, Noam. **O poder americano e os novos mandarins**. – Rio de Janeiro: Record, 2006.

CHOMSKY, Noam. **Linguagem e Responsabilidade**. – São Paulo: JSN Editora, 2007a.

CHOMSKY, Noam. **O governo no futuro**. – Rio de Janeiro: Record, 2007b.

CHOMSKY, Noam. **Razões de Estado**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

CHOMSKY, Noam. **Estados Fracassados: o abuso do poder e o ataque à democracia**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

CHOMSKY, Noam. **Notas sobre o Anarquismo**. São Paulo. Hedra. 2011.

CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. –São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2013a.

CHOMSKY, Noam. **Sistemas de poder**. Rio de Janeiro: Apicuri, 2013b.

CHOMSKY, Noam. **Réquiem para o sonho americano: os dez princípios de concentração de riqueza e poder**. – 1. ed. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2017a.

CHOMSKY, Noam. **Quem manda no mundo?** 1.ed. – São Paulo: Planeta, 2017b.

CHOMSKY, Noam. HERMAN, Edward S. **Banhos de Sangue**. –São Paulo: DIFEL/Difusão editorial S.A, 1976.

CHOMSKY, Noam. HERMAN, Edward S. **Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media**, New York: Pantheon Books, 1988.

CHOMSKY, Noam. HERMAN, Edward S. **A manipulação do público**. São Paulo: Futura, 2003.

CHOMSKY, Noam, BARSAMIAN, David. **Propaganda e Consciência Popular**. – Bauru, SP: EDUSC, 2003.

CHOMSKY, Noam, BARSAMIAN, David. **Ambições Imperiais: o mundo pós 11/9**. – Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

CHOMSKY, Noam. FOUCAULT, Michel. **Natureza humana: justiça vs. poder - o debate entre Noam Chomsky e Michel Foucault**. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2014.

COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia e Editora Nacional, 1972.

CORRÊA, Felipe. **O pensamento socialista libertário de Noam Chomsky**, 2006.  
Disponível em: [www.bpi.socialismolibertario.com.br](http://www.bpi.socialismolibertario.com.br). Acesso em 12 mai.2016.



CORREIA, João Carlos. O admirável Mundo das Notícias: Teorias e Métodos. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/26>. Acesso em 07 nov.2016.

ELLUL, Jacques. **Propagandas**: uma análise estrutural. Lisboa: Antígona, 2014.

FERNANDES, Nathan. Noam Chomsky: entenda sua teoria linguística e seu pensamento político. *Revista Galileu*, 2019. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2019/01/noam-chomsky-entenda-sua-teoria-linguistica-e-seu-pensamento-politico.html>. Acesso em 31 jan. 2019.

GALEANO, Eduardo H. 1940- **As veias abertas da América Latina**. – Porto Alegre, RS: L&PM, 2012.

GARRIDO, Luis Javier. Noam Chomsky e o direito à discrepância. *In*: CHOMSKY, Noam. **Um olhar sobre a América Latina**. Entrevistas a Heinz Dieterich. –Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1998.

GELLHORN, Martha. **A face da guerra**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

JUNG, Carl G. [et al.]. **O homem e seus símbolos**. -2.ed. especial – Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

KATZ, Elihu. O estudo da comunicação e a imagem da sociedade, 1959. *In*: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia e Editora Nacional, 1972.

LASSWELL, Harold. A estrutura e a função da comunicação na sociedade, 1948. *In*: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia e Editora Nacional, 1972.

LAZARSELD, Paul F. MERTON, Robert K. Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada, 1948. *In*: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia e Editora Nacional, 1972.

LE MONDE DIPLOMATIQUE. **A grande fábrica de consensos**. Entrevista concedida a Daniel Mermet, 2007. <http://diplomatique.org.br/2007-08,a1852>. Acesso em 11 mai.2017.

LIMA JÚNIOR. Jayme Benvenuto. Noam Chomsky e o poder da retórica global em face das intervenções humanitárias. *Lua Nova*, São Paulo, 73: 123-145, 2008.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. 2. ed. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

LYONS, John. **As ideias de Chomsky**. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

MARCUSE, Herbert. **A ideologia da sociedade industrial**: o homem unidimensional. - 6.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

MIGUEL, Luis Felipe [et.al.]. **O ódio como política**: a reinvenção das direitas no Brasil. Esther Solano Gallego [org.]-1.ed. – São Paulo: Boitempo, 2018.

MCCHESENEY, Robert W. Introdução, 1998. In: CHOMSKY, Noam. **O lucro ou as pessoas: neoliberalismo e ordem global.** – 2ª ed. – Rio de Janeiro; Bertrand Brasil, 2002.

MITCHELL, P. R.; SCHOEFFEL, J. [orgs. ] **Para entender o poder** – O melhor de Noam Chomsky. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

MONTEAGUDO, Ricardo. Injustiça e poder segundo Chomsky. *Poliética.* –São Paulo, v.1, n. 1, pp.147-166, 2013.

ORWELL, George. **1984.** São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

PRADO, Renata de Souza. **Medo na mídia: uma visão distorcida da violência.** Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia, do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Goiás, em 2006.

REIS, Leonardo Borges. **Linguagem e política no pensamento de Chomsky.** [recurso eletrônico]. -1.ed. –São Paulo: Cultura Acadêmica, 2013.

ROSSI, Pedro. DWECK, Esther. O discurso econômico da austeridade e os interesses velados. In: MIGUEL, Luis Felipe [et.al.]. **O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil.** Esther Solano Gallego [org.]. -1.ed. – São Paulo: Boitempo, 2018.

ROUSSEAU, J.-J. **Do contrato social.** Coleção « Os Pensadores ». São Paulo: Abril Cultural, 1978.

RÜDIGER, F. **O mito da Agulha Hipodérmica e a Era da Propaganda.** Porto Alegre: Sulina, 2015.

RUSSI, Pedro. Por que ensinar Teoria (da comunicação)? In: FERREIRA, Giovandro Marcus, HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C. Martino, MORAIS, Osvando J. de. (Org.). **Teorias da comunicação** [recurso eletrônico]: trajetórias investigativas. – Porto Alegre: EdIPUCRS, 2010.

SCHUDSON, Michael: **Descobrimo a Notícia:** uma história social dos jornais nos Estados Unidos. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SERRA, J. Paulo. **Para além da propaganda e da Internet:** a ética do jornalismo. Comunicação e Sociedade, vol. 25, 2014, pp. 290 -300. Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal.

SMITH, Adam; CANNAN, Edwin. **A riqueza das nações:** Investigação sobre sua natureza e suas causas. São Paulo, SP: Abril Cultural, 1983.

TIBURI, Marcia. Chomsky, o mestre do contra. *Revista Cult*, 2007. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/chomsky-o-mestre-do-contra/>. Acesso em 21 mar.2017.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo.** Ed. rev. São Paulo: Martin Claret, 2007.

WILENSKY, Harold L. Sociedade de massa e cultura de massa, 1964. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia e Editora Nacional, 1972.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1995.

## **FILMES**

MANUFACTURING Consent: Chomsky and the media. Mark Achbar e Peter Wintonick (diretores). Austrália, Finlândia, Noruega, Canadá: Zeitgeist. Films, 1992. 167 min.

THE CORPORATION. Mark Achbar e Jennifer Abbott (diretores). Canadá, 2003. 145 min.

REQUIEM for the American Dream. Kelly Nyks, Jared P. Scott (diretores). EUA, 2015, 1h18min.

THE CENTURY of the Self, Adam Curtis. Inglaterra: 2002. 240 mins, BBC.

## **INTERNET**

<http://www.chomsky.info/>

## ANEXO A - BIG BUSINESS VIGILANTISM

*The Nation*

By Benjamin Stolberg

August 14, 1937

Vol. 145, No. 7, P. 166-168.

1. There are literally hundreds of local, statewide, national vigilante rackets, all of them in search of fat cats. But the fat cats, no less than the little Hitlers, have also learned their lesson from the other side. Fascism is the effort to freeze a disintegrating economy through terror. But European experience has shown that the individual capitalist is apt to become the prisoner of the terror. The fact that Herr Thyssen is at present on an enforced and luxurious vacation in South America has made quite an impression on that section of big ownership which is willing to play the fascist game. It is therefore at this moment playing the far safer game of *organizing its own vigilante movement* which can be kept under control. The literature of this more respectable vigilantism is not written by crackpots or illiterates, but by high-powered publicity men in air-conditioned advertising suites.
  
2. A social movement is never a conspiracy. It lives and learns and crystallizes. When the C.I.O. showed every sign of becoming a real mass movement, during the great automobile strikes and in the beginning of the steel-organization campaign, big industry gradually moved to meet it. As I made dear in my last article, the financial interests which are behind both Big and Little Steel are by no means split. They merely function on two fronts—peace with the union in one sector, war on the union in the other. Nor did Little Steel go into the fight strategically unprepared. It had thought its tactics through. In the Little Steel strike, as indeed in every recent major strike, industry followed the so-called **Mohawk Valley Formula**.
  
3. This formula appeared in the form of an article in the Labor Relations Bulletin of the National Association of Manufacturers soon after the Remington Rand strike at Ilion, New York. It indicated in detail the steps to be taken in a campaign of national strikebreaking. It was supposedly written by James B. Rand, Jr., though there is every reason to believe that a well-known economist who heads a national research organization had much to do with this truly

Machiavellian document. It is no doubt the most significant program in the history of American vigilantism. And here it is epitomized but with its essential outline unchanged:

*First:* When a strike is threatened label all union leaders as "agitators." In the plant conduct a forced balloting under the direction of foremen to ascertain the strength of the union and to make possible misrepresentation of the strikers as a small minority imposing their will upon the majority. At the same time disseminate propaganda, by means of press releases, advertisements, and the activities of "missionaries," such propaganda falsely stating the issues involved in the strike so that the strikers appear to be making arbitrary demands, and the real issues, such as the employers' refusal to bargain collectively, are obscured.

*Second:* Concurrently with these moves, by exerting economic pressure and threatening to move the plants, if that is feasible, align the influential members of the community into a cohesive group opposed to the strike, in this group, usually designated as a "citizens' committee," include representatives of the bankers, real-estate owners, business men, ministers, etc.

*Third:* When the strike is called raise high the banner of law and order, thereby causing the community to mass legal and police weapons against their wholly imagined violence, thereby suppressing all the civil liberties of the strikers.

*Fourth:* Call a "mass meeting" of the citizens to coordinate public sentiment against the strike and to strengthen the power of the citizens' committee, which organization, thus supported, will both aid the employer in exerting pressure upon the local authorities and itself sponsor vigilante activities.

*Fifth:* Bring about the formation of a large armed police force to be built up by utilizing local police, state police if the governor cooperates, vigilantes, and special deputies, the deputies being chosen if possible from other neighborhoods. Coach the deputies and vigilantes on the law of unlawful assembly, inciting to riot, disorderly conduct, etc., and make them anxious and ready to use their newly acquired authority to the limit.

*Sixth:* Perhaps most important, heighten the demoralizing effect of the above measures by a "back-to-work" movement, operated by a puppet association of so-called loyal employees secretly organized by the employer. (In a superb psychological analysis Mr. Rand discusses the effect of this back-to-work movement upon the strikers, the community, and the authorities, showing that it is the best way to kill all collective-bargaining sentiments.)

*Seventh:* When a sufficient number of applications to go "back to work" are on hand, fix a date for the opening of the plant, which opening is of course requested by the "back-to-work" association. Together with the citizens' committee, prepare for such opening by making provisions for a peak army of police by roping off the area surrounding the plant, by securing arms and ammunition etc. Even if the maneuver fails to induce a sufficient number of persons to return, persuade the public through pictures and news releases that the opening was nevertheless successful.

*Eighth:* Stage the "opening" as theatrically as possible.

*Ninth:* Capitalize on the demoralization of the strikers by continuing the show of police force and the pressure of the citizens' committee, both to insure that those employees who have returned will continue at work and to force the remaining strikers to capitulate. If necessary, turn the locality into a warlike camp through the declaration of a state of emergency tantamount to martial law and barricade it from the outside world so that nothing may interfere with the successful conclusion of the "Formula," thereby driving home to the union leaders the futility of efforts to hold their ranks intact.

*Tenth:* Close the publicity barrage on the theme that the plant is in full operation and that the strikers were merely a minority attempting to interfere with the "right to work" . . . the campaign is over—the strike is broken.

## ANEXO B – OPINIÃO DA MÍDIA

Disponibilizamos aqui um compilado daquilo que órgãos midiáticos e a imprensa já disseram sobre Noam Chomsky.

“Chomsky é um fenômeno global (...). Ele é a voz americana sobre política internacional mais lida em todo o planeta. E a mais respeitada também” (*The New York Times Book Review*).

“Se os Estados Unidos trilharem o mesmo caminho seguido pela Grã-Bretanha no século XIX, é possível que daqui a cem anos a interpretação de Chomsky se torne um clássico da historiografia” (*The New Yorker*).

“Chomsky se equipara a Marx, a Shakespeare e à Bíblia como uma das dez fontes mais citadas no que diz respeito ao conhecimento humano” (*The Guardian*).

“Com uma lógica implacável, Chomsky nos convence a prestar a máxima atenção ao que dizem as nossas lideranças – e também ao que elas deixam de dizer (...). Concordemos ou não com ele, só temos a perder não o ouvindo” (*Business Week*).

“Como foi que nos tornamos um império? Os textos de Noam Chomsky – o cidadão mais valioso dos Estados Unidos – são a melhor resposta a essa pergunta” (*The Boston Globe*).

“Noam Chomsky é uma fonte inesgotável de erudição. Nunca o ter lido é flertar com a verdadeira ignorância” (*The Nation*).