

O mito da agulha hipodérmica e a era da propaganda

12 estudos de arqueologia do
pensamento comunicacional

Conselho Editorial

Alex Primo – UFRGS
Álvaro Nunes Laranjeira – UTP
Carla Rodrigues – PUC-RJ
Ciro Marcondes Filho – USP
Cristiane Freitas Gutfreind – PUCRS
Edgard de Assis Carvalho – PUC-SP
Erick Felinto – UERJ
Francisco Rüdiger – PUCRS
J. Roberto Whitaker Penteado – ESPM
João Freire Filho – UFRJ
Juliana Tonin – PUCRS
Juremir Machado da Silva – PUCRS
Marcelo Rubin de Lima – UFRGS
Maria Immacolata Vassallo de Lopes – USP
Michel Maffesoli – Paris V
Muniz Sodré – UFRJ
Philippe Joron – Montpellier III
Pierre le Quéau – Grenoble
Renato Janine Ribeiro – USP
Rose de Melo Rocha – ESPM
Sandra Mara Corazza – UFRGS
Sara Viola Rodrigues – UFRGS
Tania Mara Galli Fonseca – UFRGS
Vicente Molina Neto – UFRGS

O mito da agulha hipodérmica
e a era da propaganda
12 estudos de arqueologia do
pensamento comunicacional

Francisco Rüdiger



Editora Sulina

© Francisco Rüdiger, 2015

Capa: Like Conteúdo

Projeto gráfico e editoração: Niura Fernanda Souza

Revisão: Matheus G. Tussi

Revisão gráfica: Marcelo Rubin de Lima

Editor: Luis Antônio Paim Gomes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Bibliotecária Responsável: Denise Mari de Andrade Souza – CRB 10/960

R916m Rüdiger, Francisco

O mito da agulha hipodérmica e a era da propaganda: 12 estudos de arqueologia do pensamento comunicacional/ Francisco Rüdiger. – Porto Alegre: Sulina, 2015.

295 p.

ISBN: 978-85-205-0728-5

1. Sociologia da Comunicação. 2. Jornalismo. 3. Teoria da Comunicação I. Título.

CDD: 070

300

306.4

CDU: 070

316.77

Todos os direitos desta edição são reservados para:
EDITORA MERIDIONAL LTDA.

Editora Meridional Ltda.

Av. Osvaldo Aranha, 440 cj. 101 – Bom Fim

Cep: 90035-190 – Porto Alegre/RS

Fone: (0xx51) 3311.4082

www.editorasulina.com.br

e-mail: sulina@editorasulina.com.br

Julho/2015

Sumário

Apresentação.....	7
1. Gustave Le Bon e a crise da consciência liberal em meio à ascensão da sociedade democrática de massas	17
2. John Hobson, a metáfora da agulha hipodérmica e as origens da teoria crítica da propaganda na Europa.....	29
3. As teorias da imprensa do liberalismo tardio na era do novo jornalismo informativo e empresarial	49
4. Upton Sinclair e a teoria da propaganda total nos Estados Unidos	75
5. Edward Bernays e a era da propaganda: em torno do mito da agulha hipodérmica	99
6. John Dewey versus Walter Lippmann: a crise da opinião pública, o problema da propaganda e a utopia da comunicação	121
7. Harold Lasswell, Karl Mannheim e as teorias da propaganda da tecnocracia liberal na América e Europa dos anos 1930	149
8. Lênin e herdeiros: a teoria da propaganda comunista na União Soviética	165

9. Eugen Hadamovsky e a teoria da propaganda nazista no III Reich	189
10. O campo das relações públicas, o debate sobre a propaganda e os inícios da economia política da cultura no período entreguerras	211
11. James Rorty e a radicalização do paradigma da propaganda: da economia política da cultura às origens da crítica à indústria cultural	237
12. O eclipse da propaganda e o advento do pensamento comunicacional	261
Referências bibliográficas.....	279

Apresentação

Nas páginas que seguem, refere-se o termo “pensamento comunicacional” à atividade intelectual que, mediadora de uma nova práxis, colaborou para instituir a comunicação como figura histórica central de nosso tempo, a partir da segunda metade do século XX. Deseja-se com esta série de estudos sobre alguns momentos essenciais do processo de reflexão sobre o que podemos chamar de era da propaganda contribuir para o conhecimento das origens ou pré-história deste pensamento.

Sempre que se fala em comunicação, inclusive entre acadêmicos, é regra pensar o termo como dado, em vez de o tratarmos como problema. A reflexão sobre o assunto, não ele mesmo, seria polêmica, creem os seus teóricos. Ocorre que a expressão mesma e, por esta via, o próprio processo não são evidentes, à luz de uma investigação histórico-filosófica e em que pesem os mais sérios esforços feitos em sentido contrário (cf. Peters, 1999).

Raymond Williams relata que a categoria surgiu no final da baixa idade média, mas só no final da era vitoriana começou a ter algum interesse para a consciência cotidiana (Williams, 1997). Locke (1690) começara a avançar em relação a seu prévio entendimento como contato entre as coisas, falando da invenção da linguagem como resultado da necessidade de compartilhar as ideias. Depois, Condillac (1746) inverteu o raciocínio, esboçando a tese de que essas, ao contrário, são efeitos do desenvolvimento da nossa faculdade de comunicação (cf. Morère, 1986).

D’Alembert chegou, por sua vez, a falar em uma “ciência da comunicação das ideias”, em sua introdução à “Enciclopédia” (1751), mas com isso ele e os que lhe antecederam não foram além

de uma tradução dos princípios da retórica clássica na linguagem da doutrina das ideias moderna.

A ciência da comunicação das ideias [isto é, a retórica, entendida em termos modernos] não se limita a pô-las em ordem, deve também aprender como se expressa cada uma delas o mais claro possível e, assim, a aprimorar os signos destinados a lhes exprimir: é [em resumo] o que, pouco a pouco, os homens fazem (D'Alembert, 1751, p. x).

Da dialética entre as cortes e os salões, é fato, emergira a conversação como forma de sociabilidade capaz de rivalizar com as práticas muito lineares e impositivas em que se baseava a retórica. Desde 1699 o Dictionnaire de l'Académie Française aceita “comunicar” como sinônimo de “entrar em conversação” – mas isso, até a entrada em declínio do último termo, por volta de 1900, apenas no âmbito da vida isenta de disputa e negócio (cf. Burke, 1995, p. 119-158).

Entrementes, Kierkegaard ([1847] 1971) retomara com novo acento a distinção entre retórica e dialética estabelecida pelos clássicos, ao reagir negativamente à forma de discurso que estava se impondo à consciência reflexiva moderna no começo do século XIX. Assumindo o legado comunal e espiritualista da era cristã em meio ao avanço do que começava a ser chamado de positivismo, o pensador reformulou o entendimento da retórica, da arte de se dirigir ao público, relacionando-a, essencialmente, com nossa capacidade de compartilhamento (“Meddelelse”) da palavra (Flemming, 2010, p. 259-260).

Para ele, este compartilhamento (“comunicação”) é uma arte que pode se desenvolver de forma direta e indireta. A comunicação objetiva e direta, que informa sobre um objeto, para que o respectivo auditório meramente reduplique a informação, se encontra em relação dialética com a comunicação indireta, em que seus integrantes

podem, devido ao manejo da forma por parte do locutor, ser levados a pensar e elaborar a informação (Clair, 1976; Poole, 1993, p. 82).

Ainda falando em termos de compartilhamento (“Mitteilungs”), Nietzsche, em seguida, todavia submeterá essa capacidade aos princípios organicistas que se impuseram ao pensamento no correr do século. Devemos vê-la como produto de uma necessidade biológica de sobrevivência da espécie, defendeu o filósofo. Para ele, a “comunicação” só se articula como “arte” terminalmente, entre os que merecem ser chamados de indivíduos, particularmente os artistas, os oradores, os pregadores e os escritores – estas “pessoas que só aparecem no final de uma longa cadeia” (Nietzsche, [1887] 2001, § 354, p. 248).

Em regra, os homens forjam toscamente os símbolos com que logram interagir e, assim, minimamente se entender devido às necessidades de sua própria sobrevivência, para combater coletivamente a penúria e, dessa forma, tentar sair vitoriosos na luta pela vida. Espécie ameaçada e frágil, eles se ajudam aprendendo a exprimir seus apuros e se comunicando uns com os outros. Os símbolos surgem neste contexto: eles reduzem, classificam e fixam a experiência sensível, na medida em que nossa interação os cria, os simplifica e torna-os reconhecíveis ao grupo sob pressão da necessidade (Nietzsche, [1935] 1995, I, p. 87; cf. Nietzsche, [1887] 2001, § 354).

Na virada para o século XX, embora o termo “comunicações”, onde empregado, seguisse servindo para referir os meios de transporte, aos quais se acrescentaram meios de transporte de informações como a telegrafia e a telefonia, apareceram, contudo, sinais de uma mudança mais ampla em sua semântica. Houve uma primeira apropriação acadêmica e exposição sociológica da matéria. A revolução democrática promovida pela expansão do capitalismo e as lutas de classe contra a sociedade burguesa, por um lado, suscitaram o temor pela ascensão das massas como força social por parte dos bem-pensantes. O processo, por outro, todavia também criou

seus intelectuais orgânicos, entre os quais merecem menção os que primeiro não apenas viram nele o papel dos meios publicísticos, mas começaram a identificar a comunicação como fator de promoção social e progresso da civilização.

Albion Small (†1903) e Charles Cooley (†1929) foram, com efeito, pioneiros ao empregar o termo comunicação com sentido mais enfático e original, ao retomar, em chave funcionalista, as metáforas organicistas com que Schaffle esboçara sua sociologia, mas também o esforço de reflexão histórico-sistemática sobre os meios de transporte de informações feito por Knies. Os autores sistematizaram seu tratamento no marco de uma teoria social abrangente, observando que os periódicos e outros meios de transporte de símbolos e sinais não são uma força independente da sociedade, conforme supunham as velhas doutrinas liberais a respeito da imprensa, mas apenas uma de suas partes, visto se encontrarem “em interdependência com todos os seus demais órgãos” (Small, 1894, p. 329).

Antes deles, Knies (†1898) vira no processo de desenvolvimento dos meios de transporte, especialmente os de transporte de informações (que ele chamava de notícias), uma forma de o homem cultivar suas habilidades como ser social, aprimorando suas várias relações com seus semelhantes. Schaffle (†1903), por sua vez, sofisticara essa perspectiva, chamando a atenção para o fato de que o desenvolvimento da sociedade, em especial o de sua consciência comum, depende não apenas da contínua criação de símbolos, mas da permanente invenção de veículos capazes de permitirem o relacionamento intelectual entre as pessoas, ao envolverem conhecimento, julgamento e decisão (cf. Hardt, 1979, p. 41-131).

Seguindo estas pistas, Small descobriu “a imensa importância dos aparatos sociais de comunicação, cujos serviços na sociedade atuam de forma análoga aos do sistema nervoso no corpo animal” (Small, 1894, p. 370). Como Cooley, ele reuniu os conceitos de transporte (“Verkher”) e intermediação (“Vermittlung”) de seus predecessores alemães, empregando em seu lugar o termo “comu-

nicação”. A sociedade se estrutura com base no desenvolvimento de órgãos especializados na produção e distribuição de riqueza, tanto quanto naqueles especializados na coordenação e sustentação desses últimos. Entre estes, estão os que “disciplinam e desenvolvem os poderes psíquicos do indivíduo”, os sistemas relacionados com a criação e comunicação de influências psíquicas: conhecimento, sentimentos e vontade, por meio de instituições, que vão da família e o estado até o telégrafo e a imprensa (p. 211).

Small se baseou em Schaffle para defender que a comunicação pode ser vista como “o sistema nervoso da sociedade” (p. 215), constituindo um sistema que permite o contato psíquico entre suas várias partes. “Os elementos pessoais do organismo social não se mantêm pelo contato físico por meios materiais, mas por laços psíquicos. Os movimentos na sociedade são ocasionados por impulsos psíquicos. A ação social depende da comunicação de pensamentos através de todo o organismo” (p. 261-262). Os circuitos de comunicação funcionam de maneira análoga às fibras nervosas que regem os centros de controle e coordenação do organismo nos animais, mas de maneira psíquica. “O sistema pelo qual a comunicação de pensamentos e influência engendra associação é uma combinação de meios materiais e espirituais, que fornece às associações humanas sua singular coerência e regularidade” (Small, 1905, p. 586).

As comunicações são, do ponto de vista do conteúdo, psíquicas; e físicas, do ponto de vista dos meios pelos quais os impulsos psíquicos são transmitidos. O conteúdo é espiritual; a forma é material. As pessoas são células de um organismo, em que os meios servem para preservar a memória e superar as distâncias, sem alterar o princípio de transmissão dos impulsos psíquicos, que nascem com a palavra trocada de indivíduo para indivíduo (Small, 1894, p. 216-217). Os aparatos técnicos e agências de comunicação (correios, telégrafo, transportes) servem para materializar e transportar os símbolos dos impulsos psíquicos, formando uma “rede de comunicações” (p. 220) de abrangência cada vez mais am-

pla, até fazer surgir um sistema que, no limite, alcança dimensões planetárias.

Esta estrutura é usada pelos sistemas reguladores de todos os grupos, grandes ou pequenos, da família ao estado. Mas é apenas um meio técnico para se comunicar simbolicamente, e não tem ação ou efeito como influência psíquica (p. 221).

Os sistemas reguladores, com efeito, se caracterizam por desenvolver esta influência, agenciando seus conteúdos (psíquicos), através de órgãos como as escolas, igrejas, associações, partidos e repartições do governo. A imprensa tem aspectos singulares e nisso tudo se destaca, porque é a agência que trabalha nos planos material e psíquico. Ela coleta ideias, encarna-as em símbolos impressos e os distribui com maior ou menor alcance, enquanto as agências de notícias fazem o mesmo para os jornais (p. 223). Porém, em última instância, “na sociedade, todo indivíduo deve ser pensado como um centro estruturado, do qual se irradia um número maior ou menor de canais psicofísicos de comunicação” (p. 217). Não importa o meio e apesar da crescente influência da imprensa: “em geral, cada um, simultaneamente, medeia a comunicação e a modifica, acrescentando-lhe as próprias impressões” (p. 218).

Cooley seguiu as pegadas de Small, explorando teoricamente a tese de que “o desenvolvimento da sociedade depende da acurada, rápida e livre comunicação dos impulsos psíquicos” (Small, p. 246). Para ele, “a sociedade é resultado do encontro dos homens uns com os outros” (Cooley, 1897, p. 74). A comunicação seria bem definida, por sua vez, como o “mecanismo através do qual as relações sociais existem e se desenvolvem – todos os símbolos espirituais, mais os meios de fornecê-los através do espaço e preservá-los através do tempo” (Cooley, 1909, p. 61). Na medida em que os encontros que formam a sociedade “resultam da comunicação entre os homens”,

a conclusão que se impõe tirar é a de que “a história desta última é o fundamento de toda a história restante” (Cooley, 1897, p. 74).

Durante a maior parte da história, os relacionamentos, sempre que escapavam ao costume e tradição, sucumbiam em meio à força ou violência. Desde a Revolução Industrial, surgiu, porém, uma nova perspectiva. Os mecanismos de comunicação começaram a passar por uma profunda mudança, “a criar um novo mundo para nós” (1909, p. 65). Através deles, a sociedade começa a se tornar orgânica em amplas dimensões e, por aí, a desenvolver novas formas de sociabilidade, cujas relações, cada vez mais, “se caracterizam por ter base na escolha e simpatia” (1897, p. 78).

Graças aos meios técnicos surgidos com a era moderna, as pessoas estão se colocando sob a influência umas das outras em escala cada vez mais ampla, que lhes permitem se tornarem mais reflexivas e individualizadas. As ferrovias, o telégrafo, o telefone e a imprensa de massas estão permitindo estender nosso poder de expressar e receber ideias em termos cada vez mais globais e diferenciados. Os livros e periódicos são, contudo, os mais importantes, porque viabilizam a formação da opinião pública e o desenvolvimento do conhecimento.

[Todos estes meios] tendem a fortalecer e diversificar o fluxo de pensamento e sentimentos, multiplicando as possibilidades de relacionamento social. [...] Eles tornam todas as influências mais rápidas em transmissão e mais gerais em sua incidência. Elas ficam mais acessíveis a grandes distâncias e junto a um maior número de pessoas (Cooley, 1897, p. 81).

Os contatos sociais estão se ampliando no tempo e no espaço, em meio a formações mentais cada vez mais abertas, variadas e bem informadas, que ajudam a educar em massa. As comunicações transportam as ideias pelo espaço e as conservam no tempo, de

modo cada vez mais veloz e abrangente, “atingindo as várias classes de seres humanos” (Cooley [1895], apud Czitrom, 1982, p. 99). As pessoas estão cada vez mais informadas e, assim, habilitadas a participar e discutir coletivamente seus problemas. O resultado é o aparecimento de processos de formação e expressão da vontade que impactam positivamente no desenvolvimento democrático da sociedade (1909, p. 70).

Apesar disso, verifica-se que a tendência, à época, não foi subsumir a imprensa e outros meios de formação pública da consciência no conceito de comunicação. O formidável desenvolvimento da imprensa popular, do negócio de anúncios e dos serviços telegráficos que então ocorria se tornou motivo de forte discussão. A retórica, enquanto estudo da arte de se expressar em público, foi silenciosamente descartada do debate, por não ter o que dizer a respeito de um fato predominantemente sociológico. A conversão, enquanto arte de interagir esteticamente pela palavra, entrou em declínio, seguindo a fortuna da sociedade burguesa.

A perspectiva adotada para tratar da nova situação, em vez de se referir à comunicação, seguiu, porém, outra via, terminando por cair na figura da propaganda, enquanto o foco do debate sobre a opinião pública transferia-se da questão da liberdade para a da manipulação, como nos mostram os trabalhos de Michael Sproule (1997) e Timothy Glander (2000).

Deles provém, com efeito, a sugestão para relativizar o alcance epistemológico e reflexivo do conceito de comunicação, os primeiros trabalhos de análise disto que o primeiro chama, em seu livro renovador, de paradigma da propaganda. Com base neles, fica fácil afirmar que, contrariamente ao senso comum, inclusive o acadêmico, a “comunicação” só se tornou categoria teoricamente significativa após os anos 1940. Antes disso, veremos em detalhe, predominava o termo “propaganda”; era com ele que, entre os vários setores da população, referia-se o emprego da imprensa e outros meios de comunicação.

Aparentemente, Malcolm Wiley [1935] foi o primeiro a propor que esta expressão fosse integrada em outra, “comunicação de massas”, visto que “a propaganda, não importa a definição dada, deveria ser vista como uma, apenas, das formas de comunicação de massas” (apud Glander, 2000, p. 27). Ainda assim, nessa obra também, a expressão “comunicação” seguia englobando os serviços de transporte e transmissão de dados, como às vezes é o caso até a atualidade. Quem primeiro propôs desenvolver “uma teoria geral da comunicação de massas” em termos restritos parece ter sido John Marshall, acadêmico e educador ligado à Fundação Rockefeller. Entre 1939 e 1940, veremos na conclusão, ele reuniu um prestigioso e influente grupo de intelectuais norte-americanos para tratar do assunto, acabando por dar início à associação do termo com a pesquisa na área de propaganda (cf. Gary, 1999, p. 85-129; Simpson, 1994).

Partindo dessas premissas, o presente volume objetiva escavar o solo histórico e intelectual em que o paradigma da comunicação encontrou apoio para acabar se convertendo em uma das matrizes, se não na episteme que regula ou comanda nosso pensamento mais abrangente desde meados do século XX (cf. Sfez, 1992). O pensamento comunicacional, que, cada vez mais, se desdobra no cibernético, não se esgota nas referências à comunicação, como inclusive revela a competição que, atualmente, já se estabeleceu entre este termo e a palavra mídia, dele derivada. Porém, parece não restar dúvida de que, pouco a pouco, ele vai conseguindo condenar ao ostracismo intelectual as referências à imprensa e à propaganda que, no passado, marcaram épocas e configuraram problemas para a humanidade histórica.

O prejuízo que vemos nisso é menos o de nos fazer esquecer que estas categorias tiveram suas épocas e circunstâncias do que o de ampliar os efeitos colonizadores do paradigma da comunicação sobre nosso pensamento, ao projetar as suas pretensões intelectuais se não sobre a totalidade da existência, ao menos para toda a nossa civilização.

John Dewey e Norbert Wiener começaram, no século passado, a promover teoricamente uma utopia da comunicação que, seja pelo ângulo político, seja pelo ângulo tecnológico, se consolidou teórica e praticamente em nosso tempo, apoiando-se de fato no movimento que, desde um ponto de vista crítico e reflexivo, embora não só, claro, foi chamado de indústria cultural por Adorno e Horkheimer. Cremos, como outros, que faz parte da reflexão crítica que ainda resta em meio a tal furacão não apenas revelar-lhe as circunstâncias mais abrangentes e chamar atenção para seus problemas e contradições. Denunciar-lhe a relatividade histórica e apontar-lhe os limites como matriz de saber, através do exame de sua pré-história, são expedientes que igualmente podem servir para nos manter em livre relação com suas circunstâncias e, assim, escapar ao fetichismo prático e intelectual que domina nosso pensamento sobre a comunicação.