

MUITO ALÉM DAS *FAKE NEWS*

# A recriação contemporânea da tecnologia de poder de Goebbels

Os onze princípios da propaganda nazista, atualizados, são aprofundados agora como tecnologia de governo na “democracia”, o que implica regimes políticos híbridos (convivência entre exceção e regras), pois atuam em zonas cinzentas entre autoritarismo e democracia

POR FRANCISCO FONSECA\*

**E**mboira questões referentes à manipulação de valores e símbolos, à retórica como instrumento de disputa política e à tênue fronteira entre ocultação e veiculação de ideias acompanhem o que se entende por “política”, há importantes mudanças no cenário ideológico voltado à “tecnologia de poder”.

Notadamente a partir do século XX, com a consolidação dos meios de comunicação de massa (jornais e revistas com edições em larga escala e popularização do rádio e da televisão, e mesmo do cinema), a propaganda política caminhou *pari passu* à publicidade comercial, articulando-se. A “manipulação” de ideias em âmbitos distintos, centralizada nos grandes veículos de comunicação, de forma piramidal, e o concomitante desenvolvimento das grandes corporações cinematográficas e das agências de publicidade e propaganda tornaram-se estruturas globais de poder, verdadeiros “aparelhos privados de hegemonia” (conforme Antonio Gramsci), a partir dos Estados Unidos, e dos aparatos estatais do nazismo alemão.

Expressões clássicas emanadas do império norte-americano, tais como *american way of life* e *self-made man*, sintetizam o aparato propagandístico desse regime político, internamente e em perspectiva global. Outros regimes políticos, contudo, caso dos militares pós-1964 no Brasil, igualmente se utilizaram de vigorosa estrutura propagandística, indo da propaganda em si ao se utilizarem de leis, instituições, programas e afins – com beneficiários ocultos – em busca da conquista “das mentes e dos corações”. Portanto, a propaganda política, usada de formas, com propósitos e em contextos distintos, voltou-se ou ao clássico conceito de “manipulação” (em que verdade e mentira são reconfiguradas), ou à divulgação de ações governamentais nos regimes democráticos (como “governo público em público”, de acordo com a definição de Norberto Bobbio), ou a ambos.

Contudo, a experiência nazista transpôs o conceito clássico de manipulação ao elaborar “realidades para-

lelas” por meio da criação, inédita até então, de sistemas maciços de contrainformação via publicidade/propaganda, que alteraram radicalmente valores simbólicos/estéticos voltados à dissociação entre realidade e supostos “desejos coletivos” informados pelo centro do poder ideológico do Estado. Os conhecidos onze princípios da propaganda nazista, sob comando de Joseph Goebbels, nos ajudam a compreender – surpreendentemente – os dias de hoje, como veremos a seguir.

## 1. Princípio da simplificação e do inimigo único

Simplificar, não diversificar. Deve-se escolher um inimigo por vez e ignorar o que os outros fazem. Concentrar-se em um até acabar com ele.

## 2. Princípio do contágio

Divulgar a capacidade de contágio que esse inimigo tem. Apontar um momento anterior perfeito e mostrar como o presente e o futuro estão sendo contaminados por esse inimigo.

© Alan Santos/PR



Jair Bolsonaro e Donald Trump posam para fotografia, na Flórida, em 2020

## 3. Princípio da transposição

Transladar todos os males sociais a esse inimigo.

## 4. Princípio da exageração e desfiguração

Exagerar as más notícias até desfigurá-las, transformando um delito em mil delitos, criando assim clima de profunda insegurança e temor. Deve surgir a pergunta: “O que nos acontecerá?”.

## 5. Princípio da vulgarização

Transformar tudo em algo torpe e de má índole. As ações do inimigo devem ser consideradas vulgares, ordinárias, fáceis de descobrir.

## 6. Princípio da orquestração

Fazer ressonar boatos até se transformarem em notícias, sendo estas replicadas pela “imprensa oficial” [contemporaneamente, as redes sociais ocupam papel muito relevante, como veremos].

## 7. Princípio da renovação

Sempre se deve bombardear o inimigo com novas (e más) notícias para que não tenha tempo de reagir, pois estará sufocado por elas dada a avalanche das denúncias.

## 8. Princípio do verossímil

Apresentar diversas interpretações de especialistas, desde que todas confluentes e contrárias ao inimigo escolhido. O objetivo é fazer com que o receptor não perceba que o assunto interpretado não é verdadeiro.

## 9. Princípio do silêncio

Ocultar toda e qualquer informação que não seja conveniente aos objetivos de aniquilação do inimigo [isso implica cessar sua voz e qualquer direito de defesa].

## 10. Princípio da transferência

Potencializar um fato presente com um fato passado. Sempre que se noticia um fato se acresce outro que tenha acontecido antes, mesmo que não haja conexão entre eles.

## 11. Princípio de unanimidade

Buscar a convergência em diversos as-

suntos, apoderando-se do sentimento produzido para colocá-los em oposição ao inimigo escolhido.

A cartilha elaborada por Goebbels, que orientou vigorosamente ações e a propaganda totalitária do regime nazista, vem sendo reatualizada contemporaneamente por meio da convergência dos seguintes aspectos, entre outros: a) hegemonia das ideias e práticas neoliberais, que levou ao fortalecimento das extremas direitas com respostas simplistas às crises de desemprego, precarização do trabalho, desbalanceamento do conflito distributivo em favor do capital, desmantelamento dos sistemas de proteção social e financeirização do capitalismo. Em outras palavras, causa e consequências se retroalimentam; b) popularização das redes sociais, no contexto da Quarta Revolução Industrial, cuja transformação dos sistemas de informação e comunicação é elemento central; c) rearticulação do “capital global”, em suas vertentes produtiva e especulativa, com vistas a ampliar as taxas de lucro, remodelar a “ossatura” do Estado (terceirização da gestão e das políticas públicas com princípios e métricas privados) e desestruturar inteiramente a capacidade organizativa dos trabalhadores.

Os onze princípios de Goebbels voltam a esse novo cenário de ruptura continuada – a partir da ascensão de governos neoliberais nos anos 1970 – do pacto entre capital e trabalho, celebrado no pós-guerra e viabilizado por partidos progressistas que promoveram substantivas reformas sociais sistêmicas. A erosão do Estado de bem-estar social, a partir daí, tem levado à desconstrução do clássico conceito de “Estado democrático de direito”. Isso se dá pelo fato de que, com o fim da bipolaridade mundial, em 1991, ao grande capital internacional e seus associados nacionais, a democracia como sistema de regras e de pactuação entre as classes progressivamente deixou de ser interessante à nova lógica e dinâmica do capitalismo financeirizado global.

Dados esses elementos, a velha tecnologia do poder advinda do manual de Goebbels, que implica, como vimos, “eleger um inimigo”, “atacá-lo impiedosamente por todos os meios”, “mentir sobre ele indefinidamente”, “não lhe dar chance de se defender” e “criminalizá-lo integralmente”, vem sendo reapropriada, com ainda maior complexidade, pelas extremas direitas contemporâneas. O mundo digital e, por meio dele, as redes sociais (por vezes articuladas aos veículos tradicionais de comunicação) têm sido o veículo prioritário desse velho/novo empreendimento para figuras como Trump, Bolsonaro e muitos outros.

O maior artífice desse processo, Steve Bannon, bilionário representante do grande capital e da visão plutocrata/autoritária/conservadora, sintetiza a expressão contemporânea da “tecnologia

de poder” sobre o planeta. Isso implica considerar que o conceito de *fake news* se tornou bastante frágil, uma vez que não apenas não se refere ao jornalismo como a profundidade das ideias e intentos de Goebbels – agora reatualizados por Bannon – são incomparavelmente maiores e mais profundos do que “notícias falsas”.<sup>1</sup>

Nesse sentido, o conceito de “pós-verdade” expressa a poderosa máquina de “organização da cultura” (visão de mundo e valores fundantes, à luz, uma vez mais, de Gramsci), à medida que desconecta dimensões basilares do mundo real em prol de “realidades paralelas”. Tais realidades se apresentam em diversos âmbitos: na ciência, nas políticas públicas, na gestão do Estado, no “sentimento público”, nas subjetividades, mas sempre intermediadas pela “comunicação direta” entre o “líder” e as “massas digitais”. Esse processo, diferentemente dos meios de comunicação clássicos, é mais pulverizado e ao mesmo tempo profundamente concentrado: espécie de “entropia coordenada”.

Os exemplos, no caso brasileiro, são paradigmáticos: a Operação Lava Jato tornou-se verdadeira máquina nazista de perseguição ao principal partido de centro-esquerda no país, o Partido dos Trabalhadores, e ao seu líder, Lula, com a leniência das cortes superiores e de distintas instituições do Estado, além da intensa participação da grande mídia e da máquina de produção e propagação das redes sociais. Os onze princípios de Goebbels foram inteiramente aplicados pela Lava Jato, segundo análise de Carol Proner (Brasil 247, 20 fev. 2021).

Quanto às políticas públicas, notadamente as vigentes durante os governos petistas, sua desconstrução pelo bolsonarismo obedece aos referidos princípios, o que implicou propaganda maciça, verdadeiro bombardeamento, em inúmeros casos: “kit gay”, “mamadeira de piroca”, “governos petistas como os mais corruptos da história”, “ideologia de gênero”, “marxismo cultural”, “escola partidarizada”, entre inúmeros outros.

Em relação às eleições de 2018 – que subverteu a dinâmica do que se considerava democracia e sistema político brasileiros –, o país foi sacudido e surpreendido com o submundo da pós-verdade. Os onze princípios de Goebbels, pavimentados pela Operação Lava Jato e amplificados pelas redes sociais, vêm transformando profundamente a vida política, econômica e social brasileira.

Dessa forma, derogou-se o pacto constitucional de 1988, pela via do golpe de Estado do impeachment, a prisão ilegal do ex-presidente Lula e a farsa da eleição de Bolsonaro: lances que possibilitaram a brutal destruição – ainda em processo – das estruturas erigidas em 1988 e desenvolvidas pelos governos petistas.

Participaram desse processo inúmeros *think tanks* internacionais e na-

cionais e organizações protofascistas (MBL, por exemplo), e foram criadas estrategicamente simbologias com forte apelo emocional – Pixuleco, pato da Fiesp, juiz herói, ódio ao inimigo, corrupção como “o maior problema do país”, entre outras –, que serviram à máquina de propaganda.

Embora setores das direitas e a extrema direita estivessem se reorganizando de forma mais ostensiva desde 2013 (manifestações de junho), a oposição da presidenta Dilma Rousseff quanto à alta taxa de juros cobrada pelos bancos levou ao rompimento do grande pacto político entre classes estruturado por Lula. Esses dois movimentos, aliados a todo tipo de revanchismo e ressentimento (dos militares para com a Comissão da Verdade, das classes médias superiores em relação à opção governamental por priorizar políticas voltadas aos pobres, dos conservadores em oposição às pautas progressistas e de todo o submundo até então oculto), possibilitaram a uma figura ignóbil como Bolsonaro<sup>2</sup> ser o elemento catalisador do ampliado consórcio que vem solapando a mais mínima democracia no Brasil.

Tanto nos Estados Unidos como no Brasil, o sistema político foi abalado pelo discurso profissional de ódio (o “inimigo”) e pela reação a políticas progressistas (sociais, identitárias, das minorias, dos direitos difusos), produzindo o “antissistema”. Não por acaso, Trump e Bolsonaro são “outsiders” – no comportamento e trajetória políticos –, cuja comunicação é extremamente profissionalizada, por ser direta, simples, desconectada da realidade concreta, voltada a “soluções simplistas” (em meio a problemas complexos), reiterada, focada, fortemente articuladora de temas desconexos e, sobretudo, ancorada no lema criado por Carl Schmitt: a política como relação “amigo-inimigo”. Os onze princípios da propaganda nazista, atualizados, são aprofundados agora como tecnologia de governo na “democracia”, o que implica regimes políticos híbridos (convivência entre exceção e regras), pois atuam em zonas cinzentas entre autoritarismo e democracia, à luz das análises de Giorgio Agamben.

A comunicação direta para a construção de pós-verdades (ou realidades paralelas) suplanta fortemente, portanto, o universo jornalístico das *fake news*, reitere-se. As direitas e extremas direitas – intrinsecamente retrógradas e obscuras – conseguiram até o momento se apropriar das novas tecnologias informacionais, apropriação essa decisiva não apenas para os pleitos eleitorais de Trump e Bolsonaro e outros, mas também para a arrematada de amplos grupos sociais cuja semelhança com os adeptos do nazismo causa grande apreensão.

No Brasil, passados quase quatro anos da farsa eleitoral de Bolsonaro, há

mais conhecimento de como se opera essa nova tecnologia de poder. Assim, houve iniciativas institucionais e mesmo corporativas (estas, embora, sempre frágeis) para combatê-la, assim como maior divulgação dos efeitos deletérios das “milícias digitais”. O papel de instituições como o Supremo Tribunal Federal, o Tribunal Superior Eleitoral, as CPIs das *fake news* e da Covid, assim como iniciativas legiferantes e de verificação de informações, entre outras, no mínimo conseguiram tornar mais difíceis as ações infrenes dos “gabinetes do ódio”, que, a partir do Palácio do Planalto, se espalharam Brasil afora – devidamente financiados –, produzindo de um lado um sem-número de atrocidades contra inimigos e de outro fidelização ao ignóbil, transformado em “mito”.

As ações até aqui foram importantes, mas muito aquém para enfrentar a poderosa máquina de propaganda neonazista representada pelas extremas direitas contemporâneas, uma vez que as empresas de comunicação (Meta, YouTube, Twitter etc.) são estrangeiras, o que implica tomadas de decisão externas, paralelamente a legislações nacionais ainda frágeis e precários mecanismos fiscalizatórios. A recente aquisição do Twitter pelo bilionário Elon Musk, cujos objetivos são claramente interceder sobre as “mentes e corações” de bilhões de pessoas, expressa exatamente o poder – quase sem “freios e contrapesos” – dessas tecnologias de produção profissionalizada de realidades inteiramente paralelas.

Quanto às mídias tradicionais (rádios, redes de TVs, jornais e revistas), não apenas convergiram às plataformas, atuando nas duas frentes, como em larga medida deram munição às mídias digitais, caso da Lava Jato e da brutal perseguição/criminalização ao PT. Permanecem como representantes do capital global, com todo elitismo que sempre expressaram, embora, por razões táticas e estratégicas, por vezes façam movimentos de recuo. Nunca contribuíram efetivamente para a democracia no Brasil e, neste momento de explosão da comunicação direta, também não são contrapontos à pós-verdade.

O primeiro passo para superar essa nova/velha tecnologia de poder é compreender como opera e quais são seus objetivos e estratégias. Sem isso, os democratas e progressistas falarão para públicos hipnotizados! Trata-se de tarefa hercúlea para as atuais gerações, a começar pelas cruciais eleições deste ano no Brasil.

\*Francisco Fonseca é professor da Eaesp-FGV e da PUC-SP.

1 A empresa Cambridge Analytica, de propriedade de Bannon, teve participação decisiva nas eleições de Trump e Bolsonaro, entre outros, e na vitória do Brexit na Grã-Bretanha.

2 Aliás, com algumas semelhanças a Hitler.