

Lendo “Propaganda Technique in the World War” em seu centenário: um olhar sobre o estudo de Harold Lasswell

Reading “Propaganda Technique in the World War” in its 100th anniversary: a look on Harold Lasswell’s study

Luis Mauro Sá Martino¹

Resumo: A proximidade do centenário de publicação de “Propaganda Technique in the World War”, de Harold Lasswell, originalmente de 1927, se apresenta como oportunidade de revisão de algumas de suas características e contribuições aos estudos da Área de Comunicação. A data permite endereçar ao livro perguntas que, ultrapassando o aspecto histórico, podem dialogar com questões contemporâneas: o que significava pensar “técnicas de propaganda” um século atrás? Como dialogava com seu contexto? Quais foram seus roteiros e técnicas de análise? A partir dessas questões, este texto delinea uma possibilidade de leitura contemporânea do livro a partir de três dimensões: (1) posiciona a obra, como estudo de comunicação, nas condições imediatas de sua produção; (2) examina alguns dos pressupostos metodológicos de elaboração da obra e (3) dialoga com as “técnicas de propaganda” do livro a partir de elementos da na pesquisa em Teoria da Comunicação.

Palavras-chave: Lasswell; Teoria da Comunicação; “Propaganda Technique in World War”; I Guerra.

Abstract: The approaching centenary of the publication of Harold Lasswell's "Propaganda Technique in the World War," originally in 1927, presents an opportunity to review some of its characteristics and contributions to the field of Communication studies. This anniversary allows us to address questions about the book that, going beyond the historical aspect, can engage with contemporary issues: what did it mean to think about "propaganda techniques" a century ago? How did it relate to its context? What were its analytical frameworks and techniques? Based on these questions, this text outlines a possible contemporary reading of the book from three dimensions: (1) it positions the work, as a communication study, within the immediate conditions of its production; (2) it examines some of the methodological assumptions of the work's elaboration; and (3) it engages with the book's "propaganda techniques" using elements from research in Communication Theory.

Keywords: Lasswell; Communication Theory; “Propaganda Technique in the World War”; World War I.

Introdução

Em 1938, uma resenha publicada no “American Journal of International Law”, assinada por T. R. White, apresentava brevemente o livro “Propaganda Technique in the World War”, do então jovem cientista político Harold Dwight Lasswell, em termos bastante elogiosos. O livro, diz o crítico, “é uma valiosa contribuição para o conhecimento de um tema a respeito do qual existem poucos estudos, e será útil para ajudar as nações a evitarem erros no futuro” (White, 1938, p. 423). O livro havia sido publicado originalmente onze anos antes, em 1927, e o fato de ainda ser resenhado em outra edição de uma revista acadêmica pode ser um indício de sua importância naquele momento – às vésperas de outra guerra.

¹ Doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), Brasil. Professor da Faculdade Cásper Líbero, Faculdade Paulus de Comunicação (Fapcom) e Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (Fecap). E-mail: lmsamartino@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5099-1741>

Se onze anos depois de ser publicado ele merecia novos comentários, quais possibilidades se abrem para o livro um século após sua edição original? Essa é uma das perguntas norteadoras deste texto, voltado para pensar algumas possibilidades de leitura de “Propaganda technique in the World War”, de Harold Lasswell. Publicado originalmente em 1927, se apresenta como uma das obras pioneiras no estudo da comunicação, bem como um dos primeiros trabalhos a endereçar a propaganda como estratégia em conflitos internacionais.

O fato de o livro ainda ser publicado em novas edições cem anos após seu aparecimento pode ser entendido como um indício do prestígio da obra, na medida em que parece ter sobrevivido ao tempo no sentido de se tornar um “clássico”. Em que medida suas proposições podem dialogar com questões da atualidade no âmbito da Teoria da Comunicação? Vale recordar, como indicado em outros momentos (Martino, 2008; 2011; 2018a; 2018b) que Lasswell é um dos autores mais presentes na bibliografia sobre Teoria da Comunicação no Brasil, algo a ser lido como um índice de sua relevância nos estudos da Área.

Este texto apresenta um caminho possível de leitura para “Propaganda technique in the World War” a partir de principais aspectos: (1) o contexto imediato de produção da obra, seguido de (2) alguns de seus pressupostos metodológicos na pesquisa em Comunicação, finalizando com (3) algumas das possibilidades de colocar as técnicas apresentadas em diálogo com questões da atualidade.

Vale, antes de prosseguir, uma breve nota contextual.

“Propaganda technique in the World War” não tem ainda tradução para a língua portuguesa, o que pode restringir o acesso aos eventuais debates e discussões provocadas por ela. Essa ausência não deixa de provocar certo estranhamento, sobretudo quando se pensa que outras obras de Lasswell não apenas foram traduzidas como também parecem ter tido uma recepção de certo relevo, a julgar pelo número de edições. Para este texto, foi utilizada uma edição fac-similar de 2013.

Ao que tudo indica, o primeiro texto do autor a ser publicado em português foi “A estrutura e a função da comunicação na sociedade” (Lasswell, 1971), na coletânea “Comunicação e Indústria Cultural”, organizada por Gabriel Cohn (1971). Seguiram-se “A linguagem da política” (1979) e “Poder e Política” (1983), este último escrito em parceria com A. Kaplan. Estes últimos títulos apareceram na coleção “Pensamento Político”, publicada entre os anos 1970 e 1980 pela editora da Universidade de Brasília. Isso permite supor que a apropriação inicial de Lasswell no Brasil, em alguma medida, foi direcionada mais para o campo dos estudos de Política do que propriamente da Comunicação (Boullosa, 2024).

Neste campo, em particular, o autor parece ocupar uma posição ambígua.

De um lado, sua assimilação nessa área parece ser consolidada: a julgar por sua presença nos programas de ensino e livros-texto, Lasswell é parte do que se pode chamar de cânone das Teorias da Comunicação (Martino, 2008; 2011; 2018a; 2018b). Por outro, trata-se de uma obra ainda pouco estudada em termos de sua extensão, profundidade e possibilidades de diálogo com o presente – vale assinalar, nesse sentido, os estudos desenvolvidos por Rafiza Varão Carvalho (Varão, 2008; 2009; Carvalho, 2012; 2013; 2014; Sousa e Varão, 2009), além de estudos pontuais de Martino (2012) ou Baptista (2017). Em relação à “Propaganda Techniques in the World War”, apenas Carvalho (2014) parece dedicar um artigo específico a seus temas.

O contexto de publicação da obra

Um ponto inicial para se pensar é o título: “Propaganda technique in the World War”, em tradução livre, “Técnicas de propaganda na guerra mundial”. Esse nome coloca, de imediato, um problema em termos de tempo e espaço ou, de outro modo, de cronologia e geopolítica. Vale, por isso, dedicar um minuto de atenção inicial à questão do nome na medida em que isso permite situá-lo em termos de seu posicionamento.

A expressão “guerra mundial”, na atualidade, tende a ser precedida pelo qualificativo “primeiro” ou “segunda”. A ausência dessa designação no título é significativa do momento em que o texto foi escrito, quando ainda se entendia por “guerra mundial” a única existente até o momento – não havia ainda uma “segunda” para ser precedida por uma “primeira”.

É interessante notar, ao mesmo tempo, a ideia de que a guerra havia sido “mundial”, conquanto tenha sido conflagrada e travada por potências europeias, secundadas pela entrada dos Estados Unidos e do Japão no final do conflito. A América Latina, África e largas porções da Ásia não participaram da guerra exceto por conta de sua situação de países colonizados – ou ex-colônias – por nações da Europa. Dessa maneira, como problematiza Rivera (2018), a “guerra mundial” foi uma guerra europeia que envolveu outras nações. Evidentemente isso não está no livro, e o uso de “guerra mundial” apresenta essa percepção.

Não se trata, evidentemente, de qualquer tentativa de resumir o conflito, mas situar alguns marcadores sumários no sentido de pensar o cenário no qual o estudo de Lasswell se posiciona a partir de Ferro (1999) e Hobsbawm (1995). A guerra se estende de 1914 a 1918, envolvendo inicialmente dois blocos – a “Tríplice Aliança”, composta por Alemanha, Áustria e Itália, e a “Tríplice Entente”, composta de França, Inglaterra e Rússia. No desenvolvimento do conflito, os italianos passam para o lado Aliado, a Rússia se retira após a Revolução de 1917

e os Estados Unidos entram na guerra ao final do conflito. Caracterizado, na frente ocidental, pela “guerra de trincheiras”, na qual os exércitos se combatiam a partir de longas linhas cavadas na terra, o conflito testemunhou também o uso inicial de vários equipamentos modernos, como aviões, metralhadoras, tanques e gases tóxicos, entre outros desenvolvimentos bélicos. O término é em 1918 com a rendição da Alemanha.

O título do livro de Lasswell incorpora certo imaginário a respeito do conflito então recém-concluído: a “guerra mundial”, ligada à ideia de uma “guerra para acabar com todas as guerras”, como nenhuma outra havia existido. No momento em que o trabalho é publicado, 1927, a propaganda ainda não havia se revestido do caráter que viria a assumir nos regimes totalitários, em especial na Alemanha, a partir da tomada do poder pelos nazistas. Os espetáculos de massa promovidos por esse regime a partir de 1930, bem como os entrelaçamentos da propaganda política com o entretenimento, uma das características de sua produção, não estavam no cenário tratado pelo livro.

“Propaganda Technique in the World War” fala de um tipo específico de propaganda política que, se já difere do que parecia vir sendo usado até então, por outro lado ainda parece estar um pouco distante, em alguns aspectos, do que viria a ser compreendido na contemporaneidade com esse nome. Um mérito inicial do livro é destacar a propaganda como um aspecto importante do conflito moderno, uma das premissas do trabalho.

A guerra, assunto clássico da Política – vejam-se, por exemplo, os trabalhos de Maquiavel (1982) a Clausewitz (1998) –, não focalizavam a propaganda como um dos elementos fundamentais para o sucesso bélico. Lasswell (2013), ao ressaltar a importância do assunto, permite uma paráfrase de Clausewitz: para o autor estadunidense, a propaganda é a continuação da guerra por outros meios.

Considerando-se o conjunto de proposições do livro, trata-se de uma dimensão fundamental do conflito ligada a cinco aspectos fundamentais, apresentados como parte do esforço para a vitória: (a) manter a moral do povo, (b) motivar os combatentes, (c) cultivar a amizade dos aliados e (d) demonizar o inimigo. As “técnicas de propaganda”, nesse sentido, não deixam de ser apresentadas como parte de um esforço para a vitória.

O livro não é uma produção isolada em sua época. A numerosa bibliografia citada por Lasswell mostra uma preocupação intensa de seus contemporâneos com as questões relacionadas à propaganda e ao conflito. Se parte considerável desses escritos terminou por não ser incorporada aos estudos de Teoria da Comunicação, sua presença no livro sugere uma

atenção ao modo como então modernas técnicas de comunicação poderiam ser influentes, se não decisivas, em termos do desenvolvimento ou mesmo da resolução de um conflito.

Vale compreender o cenário midiático de onde o livro emerge e com o qual dialoga. Quando “Propaganda Technique in the World War” é publicado, em 1927, o ambiente das mídias está em plena efervescência com o desenvolvimento e consolidação de três principais meios – jornal, rádio e cinema. É importante, ainda que brevemente, caracterizar alguns de seus elementos.

O jornalismo era o principal elemento de atividade política. O jornal impresso, principal meio de divulgação de ideias, tinha seu potencial político reconhecido há séculos: autores diferentes como Thompson (1993; 1995) ou Habermas (2011), falando de pontos de vista diversos, apresentam, em termos históricos e sociológicos, o lugar dos jornais na formação da opinião pública como um elemento importante no cenário político. A conquista do “público” – entendido como um foco de legitimação das decisões políticas – se apresenta como particularmente importante no sentido de fortalecer líderes e governos. O trabalho quase contemporâneo de Lippmann (2009), “Opinião Pública”, havia sido publicado pela primeira vez em 1922 e também trazia, como modelo principal de comunicação, o jornal impresso. A partir disso, talvez não seja de estranhar que a mídia impressa seja o foco do trabalho de Lasswell.

Boa parte dos exemplos trazidos pelo livro se referem à publicação de informações em mídia impressa, sobretudo a partir da análise de órgãos de informação de governos e de alguns dos principais jornais dos países em guerra. O resultado é, ao longo da obra, sua predominância como principal veículo de propaganda – embora, em nenhum momento, sejam feitas considerações a respeito de seu alcance público.

É importante assinalar, nesse sentido, a ausência de mais detalhamentos, no livro, a respeito do lugar do cinema como veículos da propaganda de guerra. Esse meio, embora tivesse pouco mais de trinta anos de presença na vida social, já parecia estar plenamente estabelecido como parte do ambiente midiático (Turner, 2005).

É nesse cenário que o livro desenvolve seus argumentos, e isso leva aos próximos itens.

Conteúdo e análise: os pressupostos metodológicos

Qual método utiliza Lasswell para analisar as técnicas de propaganda? Em trabalhos posteriores, o autor estadunidense vai se tornar um defensor dos métodos quantitativos e da

análise de conteúdo na análise política, indicando que esses seriam os melhores, se não únicos, caminhos para garantir a validade de um estudo a respeito desse tipo de temática. Essa preocupação não é isolada e, ao longo dos anos 1920-1940, haverá uma considerável tentativa de parte das Ciências Sociais, nos Estados Unidos, de se aproximar dos métodos – e da validade epistemológica – das Ciências Naturais, em uma tentativa de legitimar suas práticas e, sobretudo, seus resultados (Becker, 2023).

A obra de Lasswell procurará garantir essa perspectiva desenvolvendo a ideia de uma “ciência da política” pautada na análise de dados quantitativos referentes, por exemplo, ao número de menções de um determinado tipo ou à quantidade de vezes que uma palavra ou temática é mencionada (Bardin, 2012). Obras do autor estadunidense como “A linguagem da política” e “Poder e Política” trabalharão no sentido de procurar essa abordagem quantitativa como um caminho para sua própria legitimidade.

Em “Propaganda Technique in the World War”, no entanto, Lasswell parece ainda estar desenvolvendo seu método, que se concentra sobretudo na leitura e análise de conteúdo da propaganda e dos documentos oficiais. Não existe no livro um capítulo sobre seus procedimentos de coleta e análise de dados ou uma discussão metodológica mais elaborada: é observando os resultados apresentados que se pode delinear os caminhos percorridos pelo autor para chegar às conclusões apresentadas.

A leitura feita por Lasswell da propaganda de guerra, em termos metodológicos, parece se pautar em uma tentativa de compreender ao mesmo tempo os aspectos da produção, a mensagem e, em menor escala, os efeitos produzidos no público. Para isso, o método parece ser no sentido de compreender, ao mesmo tempo, a “estrutura e a função” da propaganda de guerra, para usar as palavras do título de um texto clássico do autor (Lasswell, 1971). Essa aproximação, aliás, pode oferecer algumas pistas para se compreender as estratégias metodológicas do livro.

Seria um anacronismo buscar nesse estudo uma perspectiva do “Paradigma de Lasswell”, desenvolvido pelo autor em estudos posteriores publicados em 1948 (Lasswell, 1971). No entanto, é possível observar similaridades – sem a pretensão de comparações detalhadas – entre a perspectiva de analisar a comunicação em termos de seu modelo e as propostas de “Propaganda Technique in the World War”.

Sua análise, no livro, segue a linearidade que mais tarde o autor virá a sintetizar em seu modelo: “Quem? Diz o que? Em qual canal? Para quem? Com que efeito?”. Ao longo dos capítulos do livro há um desenvolvimento em termos, sobretudo, dos dois primeiros aspectos,

em uma densa preocupação com os focos de produção institucional e governamental da propaganda (“Quem”) e com o teor das mensagens (“Diz o que”), a partir sobretudo da mídia impressa (“Em que canal”), visando tanto o público do país quanto aliados e inimigos externos (“Para quem”) com o objetivo de vencer o conflito (“Com que efeito”). A linearidade da leitura parece ser, em boa medida, um dos aspectos destacados por Lasswell ao longo do livro.

Há, na escrita, certa ironia em termos de estilo. É possível entender algumas dessas escolhas quando se toma o livro em seu contexto de produção e publicação. Ao que parece, Lasswell não está dialogando apenas com o público acadêmico, mas procura apresentar uma espécie de “receituário” para a rápida identificação, e eventual confronto, com as técnicas de propaganda utilizadas. Em termos de tom e escrita, o livro parece se aproximar de um relatório ou uma reportagem, de um lado, e de um manual didático, de outro. Os procedimentos e a linguagem do livro parecem apontar nessas duas direções, e vale dedicar um olhar a cada uma.

Lasswell se vale de documentos, artigos publicados em jornais, trechos de comunicados governamentais e panfletos publicitários de maneira relativamente indistinta, utilizando esse material de acordo com o ponto que pretende mostrar em cada capítulo. Não parece haver uma sistematização ou definição de um “corpus” como se poderia, na atualidade, esperar de um trabalho acadêmico; o autor parece, antes, buscar fontes de informação que permitam construir um panorama da propaganda de guerra de modo amplo, procurando contemplar as diversas vertentes desenvolvidas e utilizadas durante o conflito. A preocupação, nesse sentido, é com a abrangência, procurando, às vezes em um tom próximo à reportagem, utilizar uma variedade de fontes de informação que permita compreender o cenário mais amplo dos acontecimentos.

É possível notar, além disso, uma perspectiva narrativa ao longo do trabalho. O encadeamento das ideias, bem como a construção dos capítulos, sugere uma preocupação com a construção de conexões entre os fatos e episódios, começando com uma análise das condições institucionais e governamentais de produção da propaganda, seguindo com seus modos de veiculação, efeitos pretendidos e objetivos alcançados para, ao final, oferecer uma síntese de como é feita a propaganda – as “técnicas” prometidas no título.

Não existem mais explicações sobre a guerra em si. Lasswell parece pressupor que leitoras e leitores do livro ainda têm na memória vários dos principais nomes, datas, lugares e personagens ligados ao conflito: ao que parece, esse tipo de explicação poderia ser redundante para um público que vivenciou os fatos menos de uma década antes da escrita do trabalho.

Essa referência a um estilo jornalístico pode ser observada também na variedade de fontes nominais citadas por Lasswell. Dialogando com o público de sua época e local, para

quem boa parte dessas figuras deviam ser conhecidas, o autor traz ao longo do livro uma considerável variedade de declarações de políticos, especialistas, pesquisadores e responsáveis pela elaboração da propaganda de maneira próxima, em alguns aspectos, ao que se poderia encontrar em uma grande reportagem. Parece haver uma preocupação em trazer o relato em primeira mão, ainda no calor dos acontecimentos, de maneira a registrar o momento para uma análise futura mais detalhada.

Nesse sentido, a escrita sugere uma preocupação factual ao longo de todo o livro, procurando trazer fontes contemporâneas tanto do campo político quanto de estudos – então – recém-publicados. Boa parte dessas fontes aparece de maneira episódica, citada uma única vez ao longo do trabalho, como exemplo de uma situação ou para fortalecer algum argumento. A maior parte dos nomes do campo político, em particular, não parece ter ultrapassado seu próprio tempo – foram parte do noticiário de sua época, mas sem ressonâncias para além disso. Não deixa de ser interessante notar esse aspecto efêmero do texto em contraste com a perspectiva de oferecer uma análise mais detalhada.

É importante, por outro lado, não levar muito longe esse jogo da metáfora do aspecto “jornalístico” do trabalho. Lasswell não é um repórter e seu estilo de fazer ciência política parece estar distante da sociologia desenvolvida, por exemplo, por Robert E. Park – este sim um ex-repórter que trará algumas das técnicas jornalísticas para o desenvolvimento de pesquisas acadêmicas na Universidade de Chicago, prolongadas por autores como Hughes (2003) ou Whyte (2015).

Para além do ato de reportar, “Propaganda Technique in the Woldr War” se vale dos dados para construir uma narrativa analítica sobre as técnicas utilizadas, não apenas para “informar”: Lasswell parece interessado em apresentar os recursos utilizados para convencer as massas a respeito dos efeitos – potencialmente negativos – da propaganda de guerra.

É nesse aspecto que o livro também se aproxima, em termos de estilo, de um manual. A escrita apresenta uma preocupação didática ao explicar as técnicas, procedimentos, questões institucionais, desafios e soluções apresentadas pelos órgãos responsáveis pela produção da propaganda, bem como algumas das principais características, objetivos e efeitos pretendidos. Há também uma preocupação em trazer um estudo comparativo entre os principais países participantes do conflito em termos dos procedimentos utilizados, seja em termos da organização governamental da propaganda, seja em termos do material produzido, permitindo a quem lê construir um panorama relativamente amplo das diversas vertentes que a propaganda política percorreu ao longo da guerra. O conhecimento dessas técnicas leva ao próximo item.

As técnicas de propaganda e o esforço de guerra

Quais são, então, as “técnicas de propaganda” utilizadas na Primeira Guerra Mundial, conforme indicado no título do livro? A resposta, evidentemente, passa por todo o conteúdo da obra, e não se pretende aqui fazer um resumo, mas assinalar aspectos que possam, de certo modo, fazer parte de uma leitura contemporânea. Busca-se desenvolver eventuais paralelos que não devem ser tomados como tentativa de comparações mais exatas – a contemporaneidade da leitura não pretende “atualizar” a obra, mas, respeitando a dimensão cronológica, pensar nas possibilidades eventuais de compreensão hoje.

O estudo de Lasswell principia com um questionamento a respeito do aspecto institucional no qual a propaganda de guerra é elaborada. Trata-se de um exame das condições especiais de criação de mensagens voltadas para objetivos bastante nítidos. Neste aspecto o texto não se dedica a nenhum tipo de elaboração conceitual mais ampla. Não há, por exemplo, definições mais demoradas a respeito do que seja propaganda, política ou democracia. A análise concentra-se no factual, procurando mostrar rapidamente em quais condições ela é produzida e veiculada.

A novidade apontada por Lasswell é o aspecto institucional que a propaganda ganha na Primeira Guerra: a comunicação política se torna assunto de Estado, e cada um dos países envolvidos no conflito vai desenvolver sua própria maneira de organizar os fluxos de propaganda, desde sua produção até sua veiculação e mensuração de efeitos. Trata-se, nesse aspecto, de uma análise das condições institucionais de elaboração da propaganda levada a efeito pelo autor estadunidense no sentido de compreender em que medida as diferenças nesses procedimentos interferiram nos resultados.

Vale recordar que o conceito de “propaganda”, naquele momento, não deixava de estar aparentado, como ainda hoje, com a ideia de “publicidade” relacionada aos anúncios e campanhas de divulgação de produtos. Vivendo nos Estados Unidos, Lasswell evidentemente tinha contato em primeira mão com a ideia da publicidade como um instrumento fundamental no processo de venda de mercadorias, assim como a propaganda poderia trilhar o mesmo caminho em termos de ideias e formas de pensar. Dessa maneira, sua preocupação com o aspecto organizacional pode se aproximar, em alguma medida, de uma progressiva racionalização do trabalho comunicacional levado a efeito na publicidade estadunidense daquele momento (Almond, 1987; Farr, Haeker, Kazee, 2006).

É possível buscar interpretar o livro a partir desse aspecto: trata-se de um momento, talvez um dos primeiros, nos quais as técnicas de publicidade bem-sucedidas no âmbito do mercado são colocadas à serviço da propaganda política. Alguns aspectos da análise de Lasswell podem ser interpretados como resultado de certa percepção relacionada à transposição de técnicas da publicidade comercial para o terreno da persuasão da opinião pública em termos da guerra. E, em algum aspecto, o sucesso desse tipo de comunicação dependia das condições de produção da mensagem.

Lasswell analisa três casos diferentes de organização. Enquanto nos Estados Unidos houve rapidamente o estabelecimento de uma coordenação geral, reunida em um escritório central de propaganda e voltado para a elaboração de um esforço conjunto, os britânicos e franceses demoraram mais para definir qual seria o modelo de organização para tanto, optando, ao final, pela criação de departamentos específicos voltados para a comunicação em ministérios já existentes. Dessa maneira, enquanto a propaganda estadunidense se apresentava como dotada de certa autonomia, ou mesmo protagonismo, em relação aos demais órgãos do governo, na Grã-Bretanha e na França o entendimento era que a propaganda deveria estar subordinada a outros departamentos, como uma espécie de acessório do esforço de guerra.

Já nesse momento parece haver uma linha demarcatória entre a propaganda dos Aliados em relação à da Alemanha, sobretudo em termos das formas de organização: enquanto os países aliados definem que a elaboração de mensagens políticas ficará a cargo de uma divisão ou departamento específico, os alemães optam por deixar que cada um dos setores envolvidos com o esforço de guerra desenvolva suas próprias campanhas, partindo de princípios, procedimentos e mesmo de objetivos consideravelmente diferentes entre si. O resultado parece ser negativo em termos do esforço de guerra: com vários departamentos e órgãos voltados para a mesma finalidade sem – a julgar pela análise de Lasswell – coordenação entre si, os desencontros, sobreposições e indefinições seriam inevitáveis, minando o conjunto.

É possível entender essa análise como uma primeira lição – ou “técnica” – sobre propaganda: a divulgação de informações deve acontecer de forma coordenada e liderada por um órgão específico, dotado de autonomia suficiente para desenvolver seu trabalho – o modelo adotado nos Estados Unidos.

De certo modo, e tendo em mente as ressalvas apontadas em termos de se evitar anacronismos, esse modelo pode ser entendido como um precursor dos departamentos de propaganda que se desenvolveriam a partir dos anos 1930, mas não nas democracias – é sobretudo em regimes autoritários, fascistas e totalitários que a ideia de um órgão dirigente,

voltado para a propaganda e respondendo diretamente ao governo, será implementada anos mais tarde, tendo como alguns de seus representantes, guardadas as diferenças, o Ministério da Propaganda, na Alemanha, ou o Departamento de Imprensa e Propaganda do governo Vargas, no Brasil.

De que serve esse tipo de coordenação? A julgar pela análise de Lasswell, a ideia de uma coordenação única tem como resultado a concentração dos esforços em assuntos específicos, definidos de acordo com a necessidade de cada momento. Com isso, há um melhor direcionamento de todos os recursos para um conjunto de objetivos, obtendo não apenas uma racionalização do trabalho mais bem direcionada como também resultados mais rápidos.

Em termos contemporâneos, talvez não seja de todo errado observar certas semelhanças com o emprego coordenado de postagens em redes sociais por governos, bem como a contratação de influenciadores digitais e o uso de *bots* voltados, em um esforço coordenado, para destacar algum tipo de assunto, definir um tema como tendência em redes digitais e mecanismos de busca ou, em certos casos, disseminar um discurso voltado para atingir opositores. O teor desse tipo de mensagem, bem como seu escopo e resultados, tende a variar consideravelmente, mas a lição apresentada por Lasswell sobre a necessidade de uma organização central parece ainda apresentar sua validade.

O direcionamento dessas mensagens é voltado para alvos específicos, examinados em particular pelo autor estadunidense. É preciso observar que se trata de um esforço de guerra no qual o objetivo é vencer o adversário e, para isso, é preciso convencer continuamente os diversos públicos da necessidade de manter o conflito, apesar dos sacrifícios exigidos por isso. Dessa maneira, o público-alvo fundamental é a própria população do país, não mais seu corpo militar. De acordo com a análise de Lasswell, é necessário mostrar à população, durante todo o tempo, uma propaganda voltada para apresentar cinco principais focos:

(a) A guerra é o resultado de uma ação inimiga; trata-se, portanto, de uma guerra justa.

Nenhum país se apresenta como agressor, sobretudo na medida em que isso seria prejudicial para a reputação do país: a agressão contra um país pacífico seria difícil de justificar diante da própria população, quanto mais em termos de nações neutras ou, em alguma medida, até de aliados. Por isso, a propaganda apresenta o conflito como sendo o resultado de uma provocação ou ataque inimigo que demanda reação imediata. A defesa de um país atacado é mais fácil de justificar, em uma perspectiva moral da opinião pública, do que o ataque inicial contra outra nação.

Essa perspectiva pode ser compreendida quando se leva em conta que os usos sociais da violência tendem a ser regidos por regras, sejam elas tácitas, na medida em que são derivadas de uma moral, sejam elas abertas, no âmbito das leis, da justiça e do Direito (Weber, 1991); nesse sentido, a ideia do que se considera “ataque” ou “defesa” precisa ser justificada diante do público para apresentar os atos de guerra dentro de uma narrativa voltada para a conquista do reconhecimento da legitimidade daquelas ações.

(b) Todo esforço é justificado na busca da vitória

Nenhum sacrifício é grande demais considerando-se o que está em jogo: não se queria a guerra, mas, uma vez deflagrado o conflito, o único resultado possível é a vitória. Para isso, o esforço de todas as pessoas é fundamental, ainda que isso signifique, na prática, uma série de sacrifícios – a conquista da é a redenção desses esforços.

Evidentemente, a população civil é a primeira e maior prejudicada em qualquer conflito bélico, e contar com sua participação e apoio nessas situações, mantendo o moral elevado, é particularmente difícil por razões óbvias. Para além de quaisquer razões ou motivações da guerra, a população civil tende a senti-la como uma violência sem precedentes ou limites, interferindo em seu cotidiano e provocando toda uma série de sofrimentos.

Edulcorar esse quadro ou mesmo tomá-lo de maneira positiva só é possível a partir de uma propaganda que coloque um objetivo maior, a vitória, como a razão pela qual se está passando por essas situações – sempre apresentadas como tendo sido provocadas, como indicado no item anterior, por ação inimiga. A efetividade desse tipo de discurso precisa contar com um elemento adicional, o que leva ao próximo item;

(c) O inimigo é intrinsecamente mau e deve ser derrotado a qualquer custo

Este ponto, por suas características, merece um comentário mais longo. As justificativas do esforço de guerra, bem como das ações militares e dos sacrifícios da população civil só podem ser alcançadas se o inimigo for representado de tal maneira que não combatê-lo seria uma falha moral imperdoável. Esse inimigo, analisa Lasswell (2013), precisa ser destituído de sua humanidade no sentido de evitar qualquer tipo de solidariedade, compaixão ou empatia: a guerra não é apresentada como uma ação militar entre combatentes, com objetivos, táticas e estratégias relacionadas a objetivos políticos, mas como um dever moral, humanitário, de derrotar o mal.

O inimigo precisa ser demonizado a partir de uma série ininterrupta de boatos e comentários voltados para atribuir a ele as ações mais abjetas, imorais e criminosas. Há, nesse sentido, uma ampliação da noção de “campo de batalha”: o conflito não se dá entre forças bélicas em combate, mas entre povos voltados ao “bem” contra populações naturalmente devotadas ao “mal”.

Lasswell mostra, no livro, como esse processo é importante no sentido de construir uma narrativa da propaganda voltada para mostrar a justiça dos esforços de guerra combinados com a perspectiva de que a vitória não é uma questão de política internacional, mas do combate e eliminação do mal. Seria possível, imediatamente, pensar na disseminação contemporânea de informações falsas, através de redes sociais digitais, com vistas a buscar os mesmos objetivos – guardadas, evidentemente, todas as diferenças de proporção. Há, no entanto, uma similitude em termos de pensar que uma das formas do discurso de ódio é exatamente a desumanização do inimigo no sentido de justificar toda e qualquer agressão que se possa desenvolver contra ele.

(d) A vitória está próxima

Este aspecto, mais breve, resume-se em mostrar a vitória como certa, dependendo apenas de um passo a mais. Para tanto, explica Lasswell, deve tanto exagerar a importância das vitórias quanto diminuir, ou mesmo esconder, quando possíveis, derrotas e reveses no campo de batalha. Quando for inevitável falar disso, deve-se suavizar o impacto das perdas e destacar o heroísmo dos combatentes diante de uma derrota. O corolário é nunca mencionar eventuais fraquezas – a divulgação desse tipo de informação deve ser mostrada pela propaganda quase como um ato de traição. Voltada para manter o moral elevado, essa mensagem é também um apelo às nações neutras no sentido de mostrar que uma entrada no conflito, a favor da nação em questão, não apenas é um dever humanitário, mas também uma promessa de ganhos políticos internacionais próximos.

(e) Vitórias e derrotas têm consequências

O empenho para a vitória, explica Lasswell, pode ser provocado pela propaganda colocando-se um contraste com as consequências da derrota. Ao demonizar o inimigo, a propaganda aposta no medo ao indicar qual é o futuro de um país subjugado: deve-se, nesse ponto, exagerar nas consequências mostrando esse cenário como aterrorizante: a derrota é sinônimo de destruição. Já a vitória é apresentada como desejável até para o inimigo, sobretudo

no sentido de “libertá-lo” de um governo intrinsecamente mau ou “depurar” seus cidadãos da maldade: vitórias e derrotas são apresentados como cenários opostos entre medo e esperança, mas em proporções diferentes.

Considerações finais

Em sua resenha de 1938, T. R. White prossegue afirmando que, no livro, a palavra “propaganda” é utilizada para designar tanto as formas de esclarecimento e condução da opinião pública quanto às tentativas deliberadas de enganá-la (White, 1938, p. 423). De fato, a leitura do livro sugere um certo aspecto crítico em termos de pensar na propaganda como sendo capaz de dirigir a opinião das pessoas de modo indistinto, seja verdadeira ou não sua mensagem.

Para além de uma curiosidade história, eventualmente provocada pelo centenário de sua publicação, ler o livro na atualidade mostra como o exame das técnicas de propaganda de um mundo dominado sobretudo pela mídia impressa permite, em seus fundamentos, compreender melhor o ambiente midiático contemporâneo, caracterizado majoritariamente pela Internet e pelas redes sociais (Martino; Marques, 2022).

Diante desse tipo de perguntas, uma leitura apressada poderia sugerir que o livro não teria mais validade ou importância, exceto, talvez, como um capítulo na história da comunicação ou em um imaginário “museu das teorias da comunicação”. Por outro lado, esse tipo de questionamento poderia levar a tentativas de aproximar o livro de questões contemporâneas a qualquer custo, procurando evidenciar a “atualidade” da obra a partir de aproximações contemporâneas mais ou menos pertinentes.

Vale, por isso, fazer uma dupla leitura da obra, pensando-a em seu contexto e, ao mesmo tempo, observando suas contribuições para o contemporâneo – uma época na qual a propaganda e a informação, como talvez nunca antes, tenham se tornado, elas próprias, objetos de conflito.

Referências

ALMOND, G. Harold Dwight Lasswell. In: **Biographical Memoirs**, v. 57. Washington: National Academy of Sciences, 1987.

BAPTISTA, I. Y. F. O modelo de Lasswell aplicado à história das teorias da comunicação. **Revista de Ensino e Educação em Ciências Humanas**, Vol. 18, no. 3, 2017, pp. 191-196.

BECKER, H. S. **Evidências**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2023.

BOULLOSA, R. F. Por uma nova agenda de revisão crítica do duplo construto lasswelliano *policy science e policy orientation*: democracia, pragmatismo e criticidade. **Revista Brasileira de Ciências**

Política, Vol. 43, no. 1, 2024, pp. 1-28. Disponível em < <https://doi.org/10.1590/0103-3352.2024.43.274255>>. Acesso em: 16 dez. 2025.

CARVALHO, R. L. V. R. A propaganda como arma política: a influência de Charles Merriam na obra de Harold Lasswell. **Esferas**, Vol. 1, no. 3, 2013, pp. 29-38. Disponível em <<https://doi.org/10.31501/esf.v1i3.5126>> Acesso em: 16 dez. 2025.

CARVALHO, R. L. V. R. Autores-referência em Comunicação: um levantamento a partir de Propaganda Techniques in the World War, de Harold Lasswell. **Comunicologia**, Vol. 7, no. 1, jan-jun. 2014, pp. 1-15. Disponível em <<https://doi.org/10.31501/comunicologia.v7i1.5636>>. Acesso em: 16 dez. 2025.

CARVALHO, R. L. V. R. **Harold Lasswell e o campo da comunicação**. Brasília: UnB, 2012 (Doutorado em Comunicação). Disponível em <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/12047>> Acesso em: 16 dez. 2025.

CLAUSEWITZ, C. P. G. **Da guerra**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

FARR, J.; HACKER, J. & KAZEE, N. The Policy Scientist of Democracy: The Discipline of Harold D. Lasswell **American Political Science Review**, Vol. 100, no. 4, 2006 pp. 58-65. Disponível em < <http://dx.doi.org/10.1017/S0003055406062459>>. Acesso em: 16 dez. 2025.

FERRO, M. **A primeira guerra mundial**. São Paulo: Ática, 1999.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural na esfera pública**. São Paulo: Unesp, 2011.

HOBBSBAWM, E. **A Era dos Extremos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HUGHES, E. C. **The sociological eye**. Londres: Routledge, 2003.

LASSWELL, H. D. **Propaganda technique in the World War**. Boston: MIT Press, 2013.

LASSWELL, H. D. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. In: COHN, Gabriel (Org.) **Comunicação e indústria Cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional / T. A. Queiroz, 1971.

LASSWELL, H. D. **A linguagem da política**. Brasília: Ed. UnB, 1979.

LASSWELL, H. D. **Poder e Política**. Brasília: Ed. UnB, 1983.

LIPPMANN, W. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MARTINO, Luís M. S. A ilusão teórica no campo da comunicação. **Revista FAMECOS**, no.38. Vol. 1, Junho-Agosto 2008, pp. 36-53. Disponível em < <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/4423>> Acesso em: 5 jul. 2026.

MARTINO, Luís M. S. O que foi teoria da Comunicação? Um estudo da bibliografia 1967-1986. **Comunicação Midiática**. Vol. 6, no. 1, 2011, pp. 28-39. Disponível em < <https://comunicacaomidiatica.faac.unesp.br/index.php/CM/en/article/view/344>>. Acesso em: 5 jul. 2026.

MARTINO, Luís M. S. Lasswell, além do paradigma. **Interin**, Vol. 13, no. 1, 2012, pp. 1-14. Disponível em < <https://seer.utp.br/index.php/i/article/view/194>>. Acesso em: 5 jul. 2026.

MARTINO, Luís M. S. Esboço de um panorama das Teorias da Comunicação no Brasil: uma aula inaugural. **Libero**, Vol. 21, no. 42, 2018b, pp. 4-17. Disponível em <<https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/998>>. Acesso em: 5 jul. 2026.

MARTINO, Luis M. S. Genealogia dos Conceitos na Teoria da Comunicação: esboço de um panorama. **Revista Alaic**, v. 15, no. 1, p. 24-35, 2018a. Disponível em <<https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/468>>. Acesso em: 5 jul. 2026.

MARTINO, Luís M. S.; MARQUES, Angela C. S. **Política, Cultura Pop e Entretenimento**. Porto Alegre: Sulina, 2022.

MAQUIAVEL, N. **A arte da guerra**. Brasília: UnB, 1982.

MEDTISCH, E. (Org.) **Rádio e pânico 2**. Florianópolis: Insular, 2013.

SOUSA, J. K. & VARÃO, R. Harold Lasswell: as contribuições do ‘paladino’ do saber comunicacional. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29. **Anais...** Brasília: UnB, 2006.

TAVARES, R. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo: Paulus, 2014.

THOMPSON, J. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1995.

THOMPSON, J. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 1993.

VARÃO, R. Notas Sobre o Mito dos Quatro Fundadores do Campo Comunicacional. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31. **Anais...** Natal 2008.

WHITE, F. R. Review of ‘Propaganda Technique in the World War’. **American Journal of International Law**, Vol. 33, no. 2, 1938, p. 423. Disponível em <<https://doi.org/10.2307/2190366>> Acesso em: 16 dez. 2025.

WHYTE, W. F. **Sociedade da Esquina**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2015.

Recebido em: 07/06/2026

Aceito em: 01/07/2026