

# *Série História(s) do Presente*

Por Miguel Bandeira Jerónimo e José Pedro Monteiro

# *Spin!*

Desconfiar dos “especialistas”

# *Spin!*

Encontrar os “engenheiros escondidos”

# *Spin!*

As origens dos “factos” plantados e das notícias falsas



**PR! A Social History of Spin**  
Stuart Ewen  
(Basic Books, 1996)

Através da revisitação crítica de 12 livros, ao longo de 12 meses, a série **História(s) do Presente** recupera um conjunto de processos históricos que modelaram inequivocamente o nosso presente. Da longa persistência de modelos de organização concentracionária em “campos” durante o século XX à recorrente ameaça, proveniente de vários sectores, sobre os fundamentos racionais do conhecimento, passando pelas preocupações relativas ao crescimento demográfico ou à sustentabilidade do planeta, a série oferecerá ao leitor uma visão mais poliédrica dos passados que construíram o mundo como o conhecemos hoje. Para acompanhar sempre no primeiro domingo de cada mês.

## As “tochas da liberdade”

A 31 de Março de 1929, numa parada em Nova Iorque, um grupo de mulheres desfilou pela Quinta Avenida expelindo o fumo dos seus cigarros – as suas “tochas da liberdade” –, aparentemente desafiar normas sociais estabelecidas. Este acontecimento parecia marcar um momento de viragem cultural importante. Por um lado, porque, à época, parecia constituir mais uma demonstração da imparável modificação do lugar das mulheres na sociedade americana, nove anos depois da aprovação do seu direito de voto. Por outro, mais tarde, porque foi tomado como um dos momentos fundadores da longa história de manipulação do espaço público por parte do mundo empresarial, aparentemente com um impacto transformador inequívoco. Mas não foi bem assim.

Aquela “rebelião” feminina foi uma encenação orquestrada por Edward L. Bernays, sobrinho de Sigmund Freud. Por encomenda do presidente da American Tobacco Company, George W. Hill, Bernays ficou responsável por o ajudar a concretizar a sua grande obsessão: colocar as mulheres americanas a fumar os seus Lucky Strike. A ideia das “tochas da liberdade” foi de A. A. Brill, psicanalista discípulo de Freud. Brill também contribuiu para a definição dos princípios psicológicos da operação: fume, seja uma *nova* mulher. Por olharem para os cigarros como um domínio masculino, cobijavam-nos; acesos, eles eram instrumentos de conquista de territórios sociais interditos. Para Hill, a questão passava também pela associação do acto de fumar a um ideal de beleza particular. O seu slogan era “*Reach for a Lucky instead of a sweet*” (“Pegue num Lucky em vez de num doce”).

O acontecimento não teve o impacto transformador inequívoco proclamado por muitos. Não só o processo de redefinição social da presença feminina no espaço público já estava em marcha, como este acontecimento não acelerou a expansão dos direitos das mulheres. Ou aumentou a visibilidade da causa. Nem democratizou a sua expressão: as fotografias do acontecimento, que ainda hoje são usadas, mostram mulheres de classe alta e, uma delas, escoltada pelo marido. As mulheres já fumavam, inclusive em espaços públicos. Mais: alguns jornalistas de então especularam que tudo não passara de uma jogada publicitária.

A ressonância pública da marcha foi, ela própria, amplificada por Bernays e pela sua equipa. As cartas aos editores de jornais na sequência do acontecimento, assinadas por Nancy Hardin, mulher recrutada por Bernays, são só um exemplo. Com estas cartas, Bernays podia invocar um suposto “debate nacional” que sucedeu à pretensa “agitação nacional” suscitada pela parada. Foi tão importante encenar o momento como administrar a sua recepção e a sua memória. Bernays exagerou o impacto do acontecimento. As suas memórias

# A história das relações públicas é muito reveladora. Mostra-nos a importância de encontrar os seus “engenheiros escondidos” e de desconfiar dos “especialistas” que estes convocam. Entre outros aspectos importantes, a democracia agradece



UNDERWOOD ARCHIVES/GETTY IMAGES

tiveram um papel central na sua celebração hiperbólica. O acontecimento foi, por certo, muito mais proveitoso para ele do que para a causa feminista. Mudou mais a sua vida do que a história das relações públicas. Como ele deixou claro, a sua actividade era a de “criar e disseminar interpretações credíveis da realidade”, não promover factos. Trabalhar na fronteira entre o plausível e o inexistente. No seu obituário no *New York Times*, em 1995, lia-se que Bernays tinha tornado “aceitável que as mulheres fumassem em público”. Falso.

As dinâmicas da I Guerra Mundial tinham ajudado a ultrapassar obstáculos sociais importantes: a abertura das portas das fábricas às mulheres e o seu serviço nas frentes de guerra fora do país tinham, por razões distintas, atenuado hierarquias sociais vincadas e duradouras. Reuniram-se condições propícias a uma iniciativa que visava promover interesses empresariais a cobro de pretensas preocupação e responsabilidade sociais. É que se o consumo feminino de tabaco nos Estados Unidos da América (EUA) tinha duplicado entre 1923 e 1929, não deixava de representar uns míseros 12% do mercado... Algo tinha de ser feito.

Uma das protagonistas, Bertha Hunt, declarou que a ideia da parada resultara do facto de ter sido confrontada na rua por um homem exigindo que ela apagasse o seu cigarro. A resposta foi a organização de uma fumaça feminina conjunta. O objectivo declarado era o de “destruir o tabu discriminatório” existente, contribuindo para a causa geral, o feminismo. O que Hunt não revelou foi que era secretária de Bernays, uma peça na sua estratégia comercial. A engenharia da moral e dos costumes era um instrumento de intervenção no mercado. Para muitos, a elevação do estatuto e condição da mulher era filtrada por cálculos económicos: a sua entrada no mercado de trabalho reduziria os salários e, ao aumentar a mão-de-obra disponível, desferiria um golpe significativo na capacidade de negociação individual e colectiva dos trabalhadores. Ou ainda, algo certamente importante para Bernays, a defesa dos direitos da mulheres acarretava a expansão dos recursos disponíveis para que estas se tornassem objecto de persuasão individualizada e, simultaneamente, consumidoras mais independentes. Nas suas palavras, “fazer consumidores” era o desafio. Transformar “impulsos” e “emoções” em “hábitos de consumo” era o objectivo.

## “Engenheiros escondidos”, “especialistas” como cogumelos

No seu *Cristalizando a opinião pública* (1923) lia-se que “o cidadão médio é o mais eficiente censor do mundo”, com uma “mente que é a maior barreira entre ele e os factos”. Bernays caminhava nos trilhos abertos pelo famoso escritor e jornalista Walter Lippmann, que publicara *Opinião Pública* um ano antes. Este último →



### Bananas, cinema e política

Uma cena do filme *The Gang's All Here* (Sinfonia de Estrelas, 1943), no qual a actriz e cantora luso-brasileira Carmen Miranda e o seu chapéu *tutti-frutti* massificaram a mensagem política da *Good Neighbor Policy*, a política externa de Roosevelt para a América Latina

defendia que, devido ao carácter “irracional” e paroquial da percepção dos indivíduos, esse “rebanho desnordeado”, a coesão social estava em risco. A utilidade da “fabricação do consentimento” era assim realçada, para que o tecido social não se desagregasse e a democracia não se corrompesse. As ocorrências do mundo tinham de ser filtradas e sintetizadas por uma “classe especializada”, para que o processo de decisão política e a subsequente “arte da persuasão” do “rebanho desnordeado” pudessem ocorrer. Bernays estendeu estes princípios à esfera económica e à propaganda empresarial. Baseou-se em Lippmann de modo selectivo e retorcido. Inspirou-se, de modo instrumental, em Gustave Le Bon, autor do livro *A Multidão*, de 1895, que era tomado como um oráculo por todos os que estremeciam com as consequências sociais, reais e imaginadas, da industrialização e com o potencial transformador de um módico de democratização.

A política do medo – da mudança, da perda de privilégios, da “desordem”, da “degeneração” social e moral – ganhava espaço de manobra, ontem como hoje. A multidão precisava de ser domesticada e dirigida. Incapaz de razão, “intelectualmente inferior” ao indivíduo da classe média, a massa popular precisava de ser governada com rigor científico, inclusive por processos de engenharia social, com os seus especialistas próprios. Afinal, dominar “a arte de impressionar a imaginação das multidões” seria, ao mesmo tempo, conhecer a “arte de as governar”. Em 1947, Bernays escreveu *A Engenharia do Consentimento*.

*Propaganda* (1928) foi igualmente influente. Neste escrevia que a “manipulação consciente e inteligente dos hábitos organizados e das opiniões das massas” era um elemento importante na “sociedade democrática”. O “pequeno número de pessoas” que a protagonizavam eram “um governo invisível”, detentoras do verdadeiro poder, o de “mexer os cordelinhos que controlam a mente pública”, dando “ordem ao caos”. Para este efeito, o recrutamento de *experts* que legitimassem as ideias a ser promovidas tornou-se instrumental: da negação dos efeitos do consumo do tabaco até à promoção da norma estética da magreza, passando pelo condicionamento da averiguação crítica da promiscuidade entre o político e o económico. O *spin doctor* nasceu e foi ganhando relevância, ao mesmo tempo que, em muitos sentidos, foi perdendo visibilidade, dificultando o seu escrutínio público. Os inquéritos de opinião e os estudos de mercado multiplicaram-se, coordenados por “eminentes” especialistas e interpretados por “célebres” peritos. Outra vez: ontem como hoje.

Em 1923, Bernays já podia mostrar como fizera o consumo de *bacon* ao pequeno-almoço parecer uma boa escolha alimentar com a ajuda determinante de um médico “reputado”. Ou podia revelar que interviera na cristalização de

uma identidade colectiva lituana. Longe iam os tempos de agente de imprensa no teatro, com clientes como o famoso tenor Enrico Caruso. Os dias como entusiasmado evangelizador do Comité de Informação Pública americano, agência de propaganda criada por Woodrow Wilson em 1917, encarregada de administrar a guerra junto da “opinião pública”, dentro e fora de portas, também já tinham terminado. A sua experiência na “Casa da Verdade”, como o director do comité, George Creel, o apelidava, foi um momento importante na sua trajectória profissional. Contudo, o comité não assentava numa “fundação de factos”, mas sim num “pântano de emoções”, como escreveu Stuart Ewen no seminal *PR! A Social History of Spin* (1996). Na vida de Bernays, a acumulação de ensinamentos na encenação de acontecimentos e na fabricação e gestão de informação nunca deixou de se revelar frutuosa. O mesmo sucedeu com o envolvimento instrumental de *experts* nesses processos. Os “engenheiros escondidos”, como o cientista político Harold Lasswell apelidou os que se dedicavam à análise e manobra da “opinião pública”, precisavam de especialistas, incluindo académicos, dispostos a fazer o serviço. Esta tradição não se perdeu.

### O homem das bananas

Na América do Sul, a United Fruit Company (UFC) era conhecida como “*El pulpo*” (“O polvo”). Com inúmeras plantações na América Central e do Sul, o seu poder estendia-se por várias geografias. Os seus tentáculos alcançavam várias áreas, da finança às infra-estruturas e transportes de vários países. E, claro, ao seus governos. O resultado era a existência de múltiplos benefícios fiscais e favores na concessão de terras. Estes conduziam à formação de vários espaços de soberania económica escassamente controlados pelo Estado. Um dos instrumentos mais eficazes da empresa era o do controlo dos direitos de exploração da terra que, com a activa colaboração dos políticos locais, bloqueava a exploração individual pelos camponeses. A realidade descrita por O. Henry no seu *Cabbages and Kings* (1904) na ficcional República da Anchuria, marcada pela absoluta subordinação da sociedade desse país agrário aos ditames das empresas centradas no comércio da fruta, pouco diferia das que caracterizavam os países onde “O polvo” actuava. Se Henry cunhou a expressão “república das bananas” para se referir às Honduras, esta adquiriu novos sentidos com as intervenções da UFC na Guatemala e noutros sítios.

Nas Honduras, em 1911, o fundador da Cuyamel Fruit Company, o americano Sam Zemurray (futuro dono da UFC), envolveu mercenários na execução de um golpe de Estado contra o presidente Miguel Dávila, considerado pouco afecto aos interesses da empresa. Um governo militar foi instalado no poder. A obrigação de



*A história mostra-nos como os combates em torno dos ‘factos’ ou das ‘notícias’ talvez não sejam assim tão recentes. Em certo sentido, são muito pouco originais*



pagar impostos foi suspensa para Zemurray por um quarto de século. Como ele próprio terá dito, nas Honduras “as mulas custam mais que um membro do Parlamento”. A instabilidade política e económica que se seguiu, gerando uma dívida externa imparável e impagável, reforçou o epíteto cunhado por Henry anos antes. O modelo de negócio da UFC era claro: grandes propriedades, controlo das terras e do mercado frutífero, baixíssimos salários e governos diligentemente comprometidos. A 6 de Dezembro de 1929, na Colômbia, o governo local acrescentou uma outra possibilidade ao cardápio de instrumentos que garantiam a expansão da UFC: a violenta repressão dos que estavam envolvidos em greves nas suas plantações, massacrando centenas de trabalhadores e seus familiares.

Na Guatemala, mais tarde, ocorreram dinâmicas semelhantes. Nos anos 50, a UFC insistiu com os presidentes americanos Harry Truman e Dwight Eisenhower no sentido de envolver o governo no forçar da destituição do presidente Jacobo Árbenz. Este cometera o pecado de expropriar terras não lavradas, propriedade da UFC. Em contexto de caça às bruxas e de intensificação da lógica da Guerra Fria, não foi difícil colar uma imagem de pró-soviético a Árbenz: o “*red Jacobo*”. O facto de o director da CIA de então, Allen W. Dulles, ter sido presidente da UFC ajudou certamente. O mesmo sucedeu com o facto do irmão deste, John Foster Dulles, Secretário de Estado de Eisenhower, ser um grande acionista da UFC. Em 1954, sucedendo a uma outra, a *Operação PBSuccess* foi de facto bem sucedida: o Governo da Guatemala democraticamente eleito foi deposto. Um governo favorável aos antigos arranjos político-económicos foi entronizado. Seguiu-se uma recorrente instabilidade política e uma violenta guerra civil, que perdurou até 1996, com milhares de mortos e deslocados.





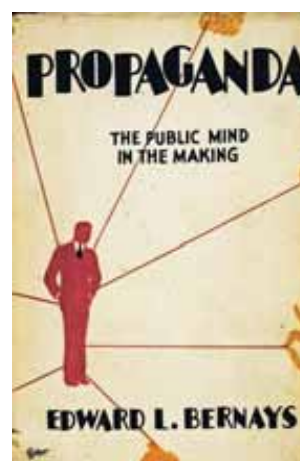
No centro destes casos estavam as bananas e Zemurray, também conhecido por “*Sam, the Banana Man*”. Este contratou Bernays no início dos anos 40. Era preciso transformar o lugar que as bananas tinham no imaginário e nos consumos dos americanos. Especialistas encarregados apareceram a associar o consumo de bananas a uma alimentação e saúde de qualidade. Uma ofensiva no mercado interno colocou bananas um pouco por todo o lado. Mais inovadora foi a associação entre o negócio das bananas e a defesa nacional. Num memorando escrito por Bernays em 1942 para a UFC, esta associação e a estratégia publicitária para a promover ficavam claras. A defesa do comércio bananeiro assegurava a “estabilidade” das “repúblicas” da América Central e garantia a “base económica” para levar “material de defesa” para o canal do Panamá, aspecto “vital” para os EUA.

Tão importante quanto estes aspectos, a UFC podia ser estratégica no desenvolvimento da *Good Neighbor Policy*, a política externa de Roosevelt para a América Latina. Esta teve já uma expressão propagandística na Feira Mundial de 1939, em Nova Iorque, na qual inúmeras tentativas de questionamento dos estereótipos negativos sobre a América Latina foram levadas a cabo. A feira teve Bernays como principal estratega publicitário. Voltaria a ter um outro momento áureo com o famoso filme *The Gang's All Here* (*Sinfonia de Estrelas*, 1943), no qual a atriz e cantora luso-brasileira Carmen Miranda e o seu chapéu *tutti-frutti* massificaram a mensagem política. Para Bernays, a questão era simples: os barcos que seguiam para o canal do Panamá levavam armamento, no regresso traziam bananas. A promessa de acordos de troca reciprocamente vantajosos, princípio retórico da política promovida, podia ser demonstrada. E, afinal, a UFC já tinha uma linha de cruzeiros que tornava tudo possível. Claro, os interesses corporativos escondiam-se

por detrás de um argumentário de interesse público, nacional.

Mas Bernays não se ficou por aqui, com o documento o seu biógrafo, Larry Tye. Desempenhou um importantíssimo papel no processo que levou ao golpe de Estado na Guatemala. Em 1945, Juan José Arévalo ganhou as eleições com 85% dos votos e encetou uma série de reformas que pretendiam transformar a sociedade guatemalteca. A iliteracia era elevadíssima e 70% da terra estava na mão de 2% da população. Árbenz seguiu as suas pegadas, inclusive na política agrária. Entre 1952 e 1954 confiscou 1,5 milhões acres de terra inutilizadas, incluindo, só em Março de 1953, 210 mil acres à UFC. Colocou as terras à disposição de 100 mil famílias camponesas pobres, mas fê-lo com uma compensação em títulos públicos. Sendo a maior proprietária, exportadora e empregadora do país, muito devido a décadas de favorecimento político, a UFC não tolerou tal afronta. A CIA sintetizou a acção do Árbenz do seguinte modo: “um programa de progresso intensamente nacionalista” colorido pelo “complexo de inferioridade da ‘república da banana’”. Bernays aconselhou a empresa a reagir de modo estridente, transformando a situação num caso de interesse nacional. Com os especialistas de sempre, agora nos meios de comunicação social, Bernays sedimentou a ameaça vermelha. Em 1952, vários jornalistas visitaram os “trópicos”, recolhendo “informação” e visitando o que interessava, com tudo pago. Do *New York Times*, cujo director era familiar da mulher de Bernays, ao liberal *The Nation*, textos centrados na crescente influência comunista na Guatemala inundaram a “opinião pública”. As palavras já existiam. Faltavam os actos.

A documentação existente deixa pouca margem de manobra interpretativa. Bernays foi central no processo que conduziu à *Operação PBSuccess*. Em 1952, foi um dos responsáveis pela desvalorização da proposta que o Governo da Guatemala fez à UFC com um contrato com contornos que esta reivindicara. Para ele, a proposta não passava de um “recoo tático” dos “comunistas”. Um recoo da empresa e do Governo mostraria que tudo o que até então se passara resultava de um mero interesse económico. O resultado foi a intensificação da campanha. Em Abril de 1954, por exemplo, após ter lido um artigo no *Saturday Evening Post* em que a disseminação do comunismo na América Latina era denunciada, Bernays ofereceu-se para facilitar a sua divulgação na classe política, na CIA, nos departamentos de Estado e da Defesa e por “cem escribas especiais”. Em Junho, 200 homens armados e treinados pela CIA entraram na Guatemala sob comando de Carlos Castillo Armas e depuseram Árbenz. Castillo Armas devolveu as terras confiscadas e atribuiu negócios privilegiados à UFC, nos portos e nos caminhos-de-ferro. Centenas de guatemaltecos foram assassinados. Nos anos



### Bernays, o propagandista

Edward L. Bernays, sobrinho de Sigmund Freud e autor do seminal *Propaganda* (1928), foi o ideólogo do episódio “tochas da liberdade”. Aquilo que foi encarado como uma atitude de afirmação feminista não passou de uma encenação. Objectivo: aumentar o número de mulheres americanas a fumar Lucky Strike

que se seguiram, uma mortífera operação de “contra-insurgência” continuou, com o apoio americano. Bernays chamou-lhes “exército de libertação”. E foi o canal de transmissão de informação sobre o que se passava no terreno para os meios de comunicação social. A “engenharia do consentimento” servira a engenharia do autoritarismo, em nome da democracia.

### Os usos das “relações públicas”

A questão das “relações públicas” desde muito cedo se relacionou com a da diplomacia pública. Essa ligação foi visível nos esforços britânicos e ingleses para seduzir a “opinião pública” americana no tocante à posição que o país devia adoptar face ao conflito que eclodiu em 1939. No pós-guerra, este tipo de intervenção tornou-se cada vez mais comum. Estados como a Espanha franquista apostaram em estratégias muito similares. Isolado após 1945, dada a sua proximidade dos fascismos vencidos, o Governo espanhol estabeleceu como prioridade o restabelecimento de relações com os EUA. Havia objectivos claros: receber apoios para a reconstrução pós-guerra civil e convencer os norte-americanos a estabelecerem bases militares no país, por exemplo. O antigo representante do *Caudillo* em Vichy, Felix Lequerica, foi enviado para os EUA. Uma firma, liderada por Charles Patrick Clark, foi contratada, servindo Franco até à sua morte, em 1967. Às actividades de *lobbying* propriamente ditas juntou-se a disseminação de informação por jornalistas. Publicações próprias, como a *Spanish Newsletter* (desde 1962), visavam criar uma atmosfera favorável ao Estado espanhol. Em geral, à superfície, a dimensão política era preterida. A exaltação dos feitos económicos espanhóis, a projecção de uma imagem do país que combinava modernidade e tradição (e anticomunismo, claro) eram valorizadas. A promoção do turismo e até a facilitação da rodagem de filmes de Hollywood predominaram. Em 1953, o Pacto de Madrid estabelecia bases militares norte-americanas em Espanha, mas a campanha de sedução, que resultara, perdurou.

A necessidade de sensibilizar uma “opinião pública” cada vez mais global, também levou movimentos subalternos vários a refinar as suas táticas de “relações públicas”. Foi o caso do Students Non-violent Coordination Committee (NSCC). Esta organização agregou vários movimentos que vinham a desenvolver iniciativas de protesto contra a discriminação e segregação raciais no Sul dos EUA, desde os finais dos anos 50. A disseminação de informação e a coordenação de iniciativas de protesto eram fundamentais. Estas incluíam manifestações, boicotes ou o arriscado registo de eleitores negros. O bloqueio comunicacional à divulgação das suas actividades pelos jornais locais, comprometidos com o sistema vigente, obrigava a chegar a jornais nacionais. A estratégia seguida

resultava tanto de uma questão de visibilidade, como de uma de sobrevivência: a cobertura de órgãos de comunicação nacionais, a quem os membros do NSCC providenciavam as identidades dos manifestantes detidos, funcionava como dissuasor da violência e arbitrariedade policiais locais.

A cristalização de uma esfera pública global abriu espaço a outras dinâmicas de “relações públicas”, que não se confinaram a espaços nacionais ou meras relações entre Estados. Dois exemplos são particularmente reveladores a este respeito.

O primeiro é o caso da guerra de secessão do Biafra. Entre 1966 e 1968, esta ficou marcada pelos massacres das populações igbo do Leste da Nigéria por forças governamentais, pela declaração de independência do Biafra em 1967 e pela explosão da projecção mediática da crise humanitária em 1968. A visibilidade desta última resultou de diversos factores. A maior parte dos Estados que compunham a Organização da Unidade Africana estava particularmente preocupada com o seu impacto na questão da inviolabilidade das fronteiras nacionais pós-coloniais. Ao mesmo tempo, a população igbo era maioritariamente cristã. O Governo nigeriano era apoiado tanto por britânicos como soviéticos, por exemplo. Neste sentido, os representantes do Governo do Biafra tiveram de procurar estratégias alternativas à normal pressão diplomática para tentar garantir a viabilidade do futuro Estado. Essa estratégia assentou numa narrativa que procurava retratar a crise humanitária como o resultado de um genocídio deliberado. Ligações com o papa Paulo IV, o Vaticano e o World Council of Churches facilitaram a promoção da imagem da guerra como extermínio de cristãos por “hordas” muçulmanas.

Toda esta estratégia assentou em duas empresas de comunicação. Estas disseminaram imagens que se tornaram icónicas, como as de mutilações e crianças subnutridas. A campanha era deliberadamente dirigida às sociedades ocidentais e não aos seus governos, ainda que alguns, como o português ou o sul-africano, tivessem interesses óbvios em apoiar a secessão e também em publicitar as atrocidades ao máximo. Os esforços tiveram resultados visíveis. “Grupos do Biafra” multiplicaram-se nas universidades europeias e norte-americanas, apelando à suspensão de vendas de armas dos seus governos. Estados africanos como a Tanzânia ou a Zâmbia reconheceram a secessão. Jornalistas de todo o mundo deslocaram-se ao Biafra e transformaram a crise humanitária na primeira globalmente mediatizada. O papel desempenhado pelas “relações públicas” na divulgação planetária do conflito e na sua persistência nas memórias colectivas foi decisivo.

Outro caso digno de nota é o da Amnistia Internacional, a primeira organização de direitos humanos com um alcance verdadeiramente →



**Entrevista David Miller** Estudioso dos caminhos nem sempre óbvios da comunicação nos corredores do poder, Miller afirma que existe hoje “uma verdadeira indústria de investigação na ‘radicalização’”. Para si, a influência russa nas eleições dos EUA é uma “confeção bizarra” e um “escândalo” que “ficará registado como a menos significativa história de corrupção e maquinação política” dos EUA

## “As fake news são dominadas pelos governos ocidentais e pelas multinacionais”

te global, criada em 1961. O seu sucesso nos anos 70 resultou, em parte, de inovações organizacionais e nas estratégias de comunicação. Associações mais antigas, como a Liga Internacional dos Direitos Humanos ou a Comissão Internacional de Juristas, tinham desenvolvido as suas práticas de *lobbying* maioritariamente nos corredores das Nações Unidas. A Amnistia Internacional seguiu caminhos mais inovadores, combinando um activismo de base com uma centralização que favorecia a recolha, produção e disseminação global de informação. Os seus famosos relatórios anuais sobre violações dos direitos humanos captavam o interesse dos meios de comunicação social em quase todo o mundo. O seu gabinete de imprensa em Washington facilitava o contacto com actores políticos. O uso de histórias pessoais de tortura ou maus tratos, acompanhadas por imagens pungentes, apelavam ao cidadão comum. Campanhas globais, como a de 1973 para a abolição da tortura, galvanizaram os activistas e expandiram a sua capacidade de influenciar as “opinões públicas” nacionais. Em menos de dez anos, o número de associados disparou de 20 mil para 200 mil.

### Nada novo?

A história aqui traçada de modo panorâmico serve para matizar algumas ideias feitas sobre o que são as “relações públicas”, uma expressão demasiado vasta e com fronteiras porosas, que não se reduz ao *spin*, mas que dele se alimenta recorrentemente. É verdade que as “relações públicas” têm constituído um espaço no qual se movimentam agentes pouco escrupulosos, apostados em fazer avançar os seus interesses individuais ou colectivos, políticos e económicos, a qualquer custo. Mas têm sido também um domínio em que muitos acreditam estar a prestar um serviço abnegado à sociedade. Acima de tudo, têm respondido às necessidades de sociedades nas quais os debates e os consumos públicos se massificaram, atravessando barreiras geográficas, culturais e políticas. Esta história mostra-nos como, não obstante as fundamentais transformações e diferenças tecnológicas, mediáticas e políticas, os combates em torno dos “factos” ou das “notícias” talvez não sejam assim tão recentes. Em certo sentido, são muito pouco originais. O que parece aconselhável é o seguinte: há que encontrar os “engenheiros escondidos” e desconfiar de alguns dos “especialistas” que por aí pululam, sem resvalar para a facilidade do cinismo crónico e para a teoria da conspiração enquanto modelo base para pensar o mundo. A História talvez possa ajudar nessa missão espinhosa.

**Os autores da série História(s) do Presente são investigadores do Centro de Estudos Sociais — Universidade de Coimbra**

**D**avid Miller é professor de Sociologia na Universidade de Bath do Reino Unido. Especializou-se no estudo do papel central que a comunicação detém nas relações de poder nas sociedades contemporâneas. É autor de *A Century of Spin: How Public Relations Became the Cutting Edge of Corporate Power* (2008) e, mais recentemente, tem investigado a constituição dos saberes e o papel dos “especialistas” associados à questão do terrorismo. **Historicamente, a fronteira entre relações públicas (RP) e propaganda foi pouco nítida. Como se criou essa distinção?** O termo propaganda foi usado por referência a actividades em tempo de guerra, mas foi claro para muitos dos pioneiros da indústria de RP que estiveram activos na guerra de 1914-1918 que poderia desempenhar um papel em tempos de paz. O problema foi que a propaganda passou a ter uma reputação negativa precisamente devido ao seu papel na guerra. Foi isto que fez com que Bernays, um dos principais fundadores do ofício, criasse a expressão “relações públicas” para designar a propaganda! É bem conhecido que o termo “propaganda” tem origem na criação, em 1622, pelo papa Gregório XV, da Sacro Congregatio de Propaganda Fide. A sua missão era converter os não-crentes, “propagar” a fé. A ideia de propagar certo estado de coisas torna o termo “propaganda” mais adequado do que qualquer dos termos alternativos que foram usados após a palavra ter adquirido uma má

conotação no século XX.

**O spin tem uma história que não se confina à arena política. Ele pode também ser a quintessência da economia transnacional. O spin da globalização e a globalização do spin não são fáceis de dissociar. Porquê?**

Alguns do meu trabalho mais remoto tentava perceber quais as razões por trás da ascensão da indústria de RP nas décadas de 80 e 90. A criação desta indústria foi uma resposta da classe dos negócios ao crescimento de uma classe trabalhadora organizada e às reivindicações associadas em relação ao sufrágio universal. A indústria expandiu-se tendo como referência os pontos-chave de conflito entre o poder económico e a esquerda, tanto nos EUA como no Reino Unido. As RP e as práticas que lhe estão associadas, como o *lobbying*, tornaram-se transnacionais pelas mesmas razões e em parte para olear a engrenagem da globalização dos negócios. A chave para compreender isto passa por olhar para a ascensão do neoliberalismo a partir dos anos 70. Com o objectivo de transferir recursos, então sob alguma forma de controlo democrático, para o sector privado, argumentou-se que a propriedade pública era ineficiente. Este argumento foi criado por uma série de *think tanks* apologistas do mercado livre financiados pelo poder económico e inspirados na Mont

Pelerin Society. As RP foram fundamentais na privatização e, a partir do momento em que a indústria estava no sector privado, houve um aumento exponencial das possibilidades e necessidades de os profissionais das RP desenvolverem novos interesses sectoriais das empresas que representavam. Este processo foi inicialmente nacional, mas tornou-se crescentemente transnacional à medida que as empresas se globalizavam e, mais tarde, também quando os sistemas de *governance* passavam pelo mesmo. O aumento enorme de *lobbyistas* em Bruxelas seguiu-se à criação de um mercado único.

**As relações públicas desempenharam um papel fundamental na constituição de memórias colectivas. Como é que a sua história pode propiciar novos debates sobre o nosso passado?**

A noção de uma memória colectiva é fundamentalmente uma noção contestada. Durante a maior parte do tempo, existe uma versão “oficial” que é dominante e que fornece as crenças operacionais das elites políticas e do Estado. Mas é igualmente contestada por memórias colectivas de sentido contrário que emergem de lutas populares e





JACOB SILBERBERG/REUTERS

### Um dos “logros”

Para Miller, a guerra do Iraque foi “vendida” numa base falsa: “a de que Saddam Hussein era uma ameaça para o Ocidente, que tinha armas químicas ou estava apostado em tentar desenvolvê-las”

democráticas. Para pegar num exemplo do Reino Unido particularmente pernicioso, os “valores britânicos” têm sido hoje mobilizados pelo aparato de contra-terrorismo do Estado e pelos seus apoiantes nos movimentos sociais conservadores. Os “valores britânicos” devem ser “promovidos activamente” em todas as escolas ao abrigo do *Education Act* (2002) e sob os auspícios do *Counter Terrorism and Security Act* (2015) todos os organismos públicos devem “impedir” as pessoas de serem atraídas para o terrorismo, que é associado ao “extremismo”. Este termo nebuloso é definido pelo Governo como “explícita ou activa oposição aos valores britânicos, incluindo a democracia, a *rule of law*, liberdade individual e mútuo respeito e tolerância por diferentes fés e crenças”. Qualquer pessoa minimamente atenta às notícias no período da *war on terror* devia estar ciente de que o Estado britânico nunca foi um amigo da democracia no Iraque, no Afeganistão, na Síria e em muitos outros sítios.

#### **Escreveu uma das mais reveladoras e pertinentes histórias das operações de spin e propaganda que levaram à segunda guerra no Iraque. Quais as suas principais características?**

A guerra do Iraque foi “vendida” numa base falsa: a de que Saddam Hussein era uma ameaça para o Ocidente, que tinha armas químicas ou estava apostado em tentar desenvolvê-las. O logro foi multidimensional, da alegação de que o sequestrador do 11 de Setembro, Mohammed Atta, se tinha encontrado com membros dos serviços secretos iraquianos, passando pela alegada compra de urânio ao Níger e as fotografias de laboratórios químicos móveis até ao

“apimentar” do dossier do Governo britânico. Envolveu múltiplos serviços de informação e espionagem, todos eles dedicados a tentar legitimar o que de outra forma seria visto como aquilo que o procurador-geral norte-americano no tribunal de Nuremberga, Robert H. Jackson (1892-1954), descreveu como “o supremo crime internacional, que se distingue de outros crimes internacionais na medida em que contém em si o mal acumulado como um todo”.

#### **Qual a ligação deste episódio com o presente?**

Isto é particularmente importante porque a lição retirada por aqueles então no poder foi de que o engodo era um instrumento político útil. Por isso, quando se tratou da legitimação da intervenção desastrosa na Líbia, em 2011, o público britânico foi ludibriado sobre a dimensão da ameaça às populações civis. Um relatório comprometedor de um comité parlamentar sobre o tema acabou de facto com a carreira parlamentar do primeiro-ministro David Cameron em 2016. Como é descrito por uma fonte, o comité “concluiu que a acção “não se baseou em informação fidedigna”; que a ameaça para os civis foi exagerada; e que a oposição a Khadafi continha “um elemento islamista significativo”.

#### **E no caso premente da Síria?**

Uma das lições retiradas após os desastres do Iraque e da Líbia, e a que foi dado bom uso na Síria, foi a de que se existe oposição à guerra, e cepticismo face às denúncias de atrocidades, então a melhor forma de os contornar passa por organizar acções encobertas – por outras palavras, disfarçar a acção que é tomada e criar confusão acerca das forças que o Ocidente apoia. Na Síria, os EUA e o Reino Unido apoiaram a oposição

ao regime de Assad e os britânicos foram ao ponto de financiar e gerir os gabinetes de comunicação dos grupos rebeldes sírios por via da Home Office Research Information and Communications Unit. Estes são apresentados como a oposição “moderada” ao regime de Assad, mas, como o antigo embaixador britânico na Síria Peter Ford sublinhou, a oposição moderada em 2013 era “em grande medida produto da imaginação”.

#### **Até que ponto a investigação feita no seio da academia em temas como o terrorismo ou a “defesa nacional”, entre outros, pode resistir à contaminação por interesses relacionados com agências governamentais ou sectores específicos (como o militar)?**

O mundo académico não tem sido imune às pressões relacionadas com dinâmicas de marketing inauguradas com o neoliberalismo. Isto traduziu-se numa proporção decrescente de financiamento da investigação proveniente dos impostos e avaliação pelos pares e por uma crescente pressão para obter financiamento externo, incluindo dos sectores militar e privado. Este cenário foi acompanhado por uma forte pressão ideológica para que os académicos se adaptem às prioridades do Estado securitário. Um exemplo óbvio: hoje existe uma verdadeira indústria de investigação na “radicalização”, um conceito primeiramente aplicado à questão do terrorismo pelo *establishment* securitário em meados da primeira década do século e que não se funda em nenhuma tradição intelectual substantiva. De forma crescente, as próprias agências de segurança financiam a investigação directamente. No Reino Unido existe um centro de investigação (The Centre

for Research on Emerging Security Threats) que foi criado através da injeção de 4,35 milhões de libras [4,8 milhões de euros] proveniente dos serviços de informação e secretos britânicos. O problema potencial deste tipo de financiamento é que enviesa os temas sobre os quais os académicos se debruçam, mas ainda mais importante é o secretismo que lhe está associado.

#### **As fake news estão longe de ser uma novidade. Há diferença significativa na forma como o problema se manifesta hoje, para além daquelas introduzidas pelas revoluções nas tecnologias de comunicação e nas redes sociais?**

As *fake news*, ou seja, a prática de inventar notícias ou disfarçar as suas fontes, não são novas. Escrevi sobre isso durante algum tempo. Por exemplo, em 2006 escrevi uma peça no *Guardian: The propaganda we pass off as news around the world* sobre um serviço noticioso televisivo financiado pelo Governo britânico. Vale a pena notar que aqueles que providenciaram *fake news* foram governos ocidentais e que tanto o Governo britânico como norte-americano continuam hoje a disseminar material que é *fake*, tanto no sentido de que é enganador, como no sentido de que é disfarçado o papel dos Estados na criação de organizações de informação ou do movimento “de base” que aparentemente está a fornecer a história.

#### **Pode dar um exemplo?**

Um exemplo é a organização pelos direitos das mulheres Inspire, cuja campanha #MakingAStand foi revelada em documentos que acabaram por se tornar públicos. É um “produto” da unidade de propaganda do Home Office do Governo.

#### **E o debate sobre o assunto nos dias que correm?**

Num certo sentido as *fake news* são realmente novas. Se considerarmos o termo como um dispositivo retórico despojado de qualquer conteúdo real, que é usado para atacar a esquerda, os *media* alternativos e encorajar a russofobia, então vemos algo de novo. *Fake news* – a real prática do engano – são dominadas pelas actividades dos governos ocidentais (especialmente dos EUA e do Reino Unido) e pelas multinacionais. O uso retórico da expressão “*fake news*” é em grande medida mobilizado por facções da elite na tentativa de aumentar o seu poder e influência, para desferir ataques contra a esquerda e favorecer fins geopolíticos particulares, incluindo a preocupante russofobia que vemos hoje em todo o lado. É assim que temos a confecção bizarra do *Russiagate*, um escândalo que provavelmente ficará registado como a menos significativa história de corrupção e maquinação política na história norte-americana.