

# Veracidade e propaganda em Hannah Arendt

*Odilio Alves Aguiar<sup>1</sup>*

**Resumo:** O artigo explicita a mudança introduzida na comunicação política pelos regimes totalitários e sua repercussão nos dias de hoje. Para tanto, consideraremos os seguintes textos de Hannah Arendt: “A propaganda totalitária”, na terceira parte de *Origens do Totalitarismo*; o capítulo “Verdade e Política”, da obra *Entre o Passado e o Futuro* e o capítulo “A mentira na política – Considerações sobre os Documentos do Pentágono”, contido no livro *Crisis da República*.

**Palavras-chave:** imagem – publicidade – veracidade – verdade fatural – mentira.

## I

No final de *Origens do totalitarismo*, Arendt escreveu que “talvez os verdadeiros transe do nosso tempo somente venham a assumir a sua feição autêntica – embora não necessariamente a mais cruel – quando o totalitarismo pertencer ao passado” (Arendt 1, p. 512). Penso que a mudança introduzida na comunicação política pelos regimes totalitários é uma dessas heranças que vieram para complicar a vida dos regimes democráticos. Ao perceber a novidade e os malefícios provenientes da centralidade da propaganda como forma de comunicação política, Arendt, nesse ponto, antecipou o juízo emitido por Umberto Eco em entrevista recente, segundo o qual a Filosofia Política foi substituída pela Semiótica, ou seja, a palavra, forma dialogal por que os homens se comunicam, foi substituída pela imagem e sua forma unilateral na comunicação de massa. É a percepção dessa mudança em Arendt que tentarei

---

<sup>1</sup> Universidade Federal do Ceará. E-mail: odilio@ufc.br

explicitar. Para isso, explorarei três textos da autora. Partirei do item “A propaganda totalitária”, do capítulo “O movimento totalitário” da terceira parte de *Origens do totalitarismo*, que é de 1951. Esse pequeno texto é fundamental porque nele podemos colher o argumento arendtiano no qual é apresentado a propaganda como padrão da comunicação política; depois nos deteremos no capítulo “Verdade e Política” da obra *Entre o passado e o futuro*, publicada no início da década de 60. Arendt chama a atenção para a importância da veracidade na política e a dificuldade dos poderosos em aceitá-la. Por último, trabalharemos o capítulo “A mentira na política – Considerações sobre os Documentos do Pentágono”, contido no livro *Crises da República*, publicado no início da década de 70, no qual Arendt retoma o seu argumento a respeito da relação entre imagem e mentira, detecta e questiona a ação dos homens da publicidade, os relações públicas, nas decisões do governo americano referentes à guerra do Vietnã.

Está presente na obra arendtiana a idéia de que a esfera pública alimenta-se da veracidade das informações, da livre opinião, e que a presença da propaganda altera e mina as bases desses institutos constituidores da política. Mas o que Arendt entende por propaganda? No item “A propaganda totalitária” da última parte de *Origens do totalitarismo*, colhemos idéias interessantes a esse respeito. Está dito aí que os movimentos totalitários não criaram algo original, apenas importaram dos Estados Unidos as técnicas publicitárias utilizadas para vender mercadorias. Sobre isso, Arendt diz: “os nazistas aprenderam tanto com as organizações dos gângsteres americanos quanto a sua propaganda aprendeu com a publicidade comercial americana” (Arendt 1, p. 394). O novo nisso tudo foi a percepção dos publicitários sobre a sociabilidade contemporânea como uma sociabilidade de massa. Tal compreensão tornou-se pressuposta na comunicação que estabeleceram com a sociedade.

A sociedade de massa é o esteio, segundo Arendt, no qual os regimes totalitários germinaram, frutificaram e espalharam as suas sementes. Surgidas com a revolução industrial, estabeleceram-se a partir do desenraizamento, da urbanização, da coletivização do trabalho, saúde, educação, cultura e das demais instâncias da vida humana. Esse tipo de sociedade constitui-se à custa dos homens como seres pessoais, com

vontade, opinião e pensamento próprio. Ele leva à biologização da vida, e é como mero ser vivo que a publicidade lida com os homens, isto é, ela segue o princípio da manipulabilidade dos homens colocado em voga pela psicologia behaviorista na primeira metade do século XX. A publicidade não enseja formar uma opinião, mas provocar um comportamento, gerar uma atuação. Para aumentar a venda de qualquer produto, todos os recursos são mobilizados: a autoridade da ciência, a notoriedade dos consumidores, a beleza dos objetos etc.

A sociedade de massa tem no labor a sua atividade principal, diz Arendt, antecipando os seus argumentos de *A condição humana*, publicado posteriormente. A laborização da sociedade, isto é, a organização da sociedade na sua totalidade visando a reprodução do homem como ser biológico, possibilita o sucesso da comunicação propagandística. O consumo é a face mais palpável desse tipo de sociedade. O consumo passou a ser, nas sociedades contemporâneas, a medida da auto-estima, da felicidade, da realização e do sucesso. É nesse tipo de sociedade que a publicidade comercial passou a desempenhar importância capital não só para a economia, mas também para a política.

Transposta para o âmbito político, a publicidade comercial abala os alicerces da legitimidade da convivência entre os homens. A propaganda passa a influir diretamente na forma de conceber a convivência a partir de ficções. A confiança, elemento fundamental na estruturação civilizada da comunidade, é substituída pela coerência da ficção. Esse é o ponto axial para Arendt em *Origens do totalitarismo*. A ficção é o húmus do qual se alimenta toda e qualquer propaganda. No caso do nazismo, a ficção ideológica, pautada no anti-semitismo, deu o formato da sociedade alemã na época. A ficção toma o lugar da veracidade como forma de asseverar e estabilizar as relações entre os homens.

Subjaz a propaganda tanto política quanto comercial a idéia de que as massas podem ser conquistadas, dominadas e conduzidas e, por isso, toda e qualquer propaganda tem um traço de coerção. Nesse sentido, Arendt diz que “não apenas a propaganda política, mas toda a moderna publicidade de massa contêm um elemento de coerção” (Arendt 1, p. 390). Propaganda e violência não são contraditórias. O uso da violência pode ser parte da propaganda. A propaganda está para a força da

mesma forma que o poder está para a política. Isto é, a política, na tradição, tem sua legitimidade na opinião discutida e disputada publicamente e não na ação realizada de forma coercitiva. A propaganda e suas ficções são alimentadas pelo segredo, pelo mistério e pelo invisível. A coerção aqui abordada não é necessariamente física, mas, seguindo o princípio da manipulabilidade dos homens, utiliza-se de qualquer instância capaz de induzir o comportamento, como, por exemplo, os argumentos religiosos, científicos, os preconceitos sociais e, muito freqüentemente, a mentira.

Segundo Arendt, o sucesso da propaganda nos regimes totalitários e nas sociedades de massas contemporâneas reside no controle do real que ele promete e na idéia de onipotência humana a ele subjacente. Seduz as massas a possibilidade de “eliminação da incômoda imprevisibilidade das ações e da conduta do indivíduo” (Arendt 1, p. 395). O ápice disso se realiza nos campos de concentração. Neles, o domínio e o controle são totais. A promessa do controle é a razão pela qual a coerência da ficção atrai profundamente. A ficção garante não só a certeza, mas, também, a vitória. As massas desejam o sucesso. Para elas, diz Arendt, mais importante do que a causa vitoriosa, é a vitória em si mesma (Arendt 1, p. 400). Daí o motivo de a infalibilidade ser a principal qualidade do líder totalitário. Para manter essa infalibilidade, várias correções foram feitas na realidade durante a vigência dos regimes nazista e estalinista. É essa onipotência sobre os fatos que atrai as massas no totalitarismo. “O que convence as massas não são os fatos, mas a coerência com o sistema do qual esses fatos fazem parte” (Arendt 1, p. 401). Os fatos são sempre tomados como exemplos de leis gerais. “As massas recusam compreender a fortitude de que a realidade é feita” (Arendt 1, p. 401). Esse mundo coerente, a ficção, é importante porque dá uma explicação convincente para sua superfluidade. Gera-se, assim, um mundo através do qual “as massas desarraigadas podem sentir-se à vontade e evitar os eternos golpes que a vida e as experiências verdadeiras infligem aos seres humanos e às suas expectativas” (Arendt 1, p. 402). Assim, a voz fraca do argumento cede lugar à força da organização e o poder que era um atributo da visibilidade é assaltado pela invisibilidade e substituído pelas organizações secretas.

## II

Nessa mesma linha argumentativa, podemos entender, a partir do artigo intitulado “Verdade e Política”, escrito por Arendt no início da década de 60, o conflito entre verdade e política, a ligação entre verdade fatural e veracidade e a tentativa de transformar a imagem publicitária em sucedâneo da veracidade nos contemporâneos processos de manipulação das massas. Esse ensaio, alerta Arendt, logo no início, foi ocasionado pela controvérsia que se seguiu à publicação de *Eichmann em Jerusalém*, em que a autora pergunta-se a respeito da legitimidade de dizer a verdade. No caso, refere-se ao fato de ela ter trazido à tona a participação e o envolvimento de líderes judaicos na deportação dos judeus para os campos de concentração.

Vale salientar que Arendt não está preocupada em discutir o conceito de verdade, mas em chamar a atenção para as dificuldades já tradicionalmente conhecidas no que diz respeito ao relacionamento entre verdade e política. A política historicamente mostrou ter dificuldade em lidar com qualquer tipo de verdade, em especial, as verdades reveladas, teológicas e filosófico-metafísicas, pois se chocavam diretamente com a forma específica da comunicação política, isto é, a opinião. O contraponto da verdade na tradição era o erro, a ilusão e a opinião. A última, particularmente, recebeu grande parte da crítica filosófica porque iludia e manipulava a multidão (Arendt 2, p. 289-290). Essa contraposição, iniciada por Platão, em razão da morte de Sócrates, atravessou a tradição filosófica e a política ocidental na forma da desconfiança em relação ao modo persuasivo do discurso político.

Mas o que está em questão não é mais esse tipo de conflito. Depois da separação Igreja e Estado, o antagonismo entre verdade revelada ou metafísica e política desapareceram. O antagonismo posto hoje é entre verdade fatural e política e o contrário da verdade não é mais o erro ou a ilusão, mas a mentira.<sup>2</sup> A presença da mentira na política, especialmente nas relações internacionais, não é nenhuma novidade. Os *arcana imperii*, os segredos de Estado sempre foram aceitos e justificados. Não é

<sup>2</sup> Uma discussão mais ampla sobre a mentira na política pode ser encontrada no artigo de Celso Lafer “A mentira: um capítulo das relações entre ética e a política” (Lafer 4).

disso que estamos tratando. A diferença é entre ocultar e destruir. A mentira tradicional dirigia-se ao inimigo, não visava iludir todas as pessoas (Arendt 2, p. 313). Os segredos de Estado não tocavam na verdade fatural, não havia manipulação dos fatos. A textura e o contexto mantinham-se preservados. A tentativa de sustentar uma imagem leva a auto-ilusão, a manipulação generalizada dos fatos e a um rearranjo em toda trama fatural.

O preço disso é a corrosão da confiança pública e, na maioria das vezes, a violência, uma vez que a verdade fatural é, entre as verdades, a mais frágil, relaciona-se sempre com outras pessoas, diz respeito a eventos e circunstâncias nas quais muitos são envolvidos, é estabelecida por testemunhas e precisa de comprovação (Arendt 2, p. 295). Fatos e eventos constituem a verdadeira textura do domínio público. São entidades infinitamente mais frágeis que axiomas, descobertas e teorias; por isso, quanto mais democrática a sociedade, quanto mais viva for a esfera pública, mais estarão garantidos. A mentira na política, na medida em que enseja a alteração dos dados fatuais testemunhados ou registrados, pode acarretar a violência contra as testemunhas e a eliminação de documentos. O mentiroso, diz Arendt, como homem de ação, quer transformar o mundo não a partir da realidade compartilhada por todos, mas à custa da veracidade e da destruição do solo sobre o qual se firma qualquer opinião e ação.

Esse é o motivo pelo qual os poderosos tendem a romper a tênue linha que separa fato e opinião. Apesar de todo fato só vir à tona num contexto interpretativo, isso não significa que haja coincidência entre fato e opinião. Os fatos existem independentemente das opiniões e das interpretações. Pode haver opiniões e interpretações diversas para o mesmo fato, mas o fato em si mesmo não pode ser tocado. Os fatos, diz Arendt, estão além do acordo e do consentimento, eles são a base de uma esfera pública vigorosa e efetiva (Arendt 2, p. 298). A esfera pública é a garantia de que o que é visível por todos sustenta a opinião dos cidadãos de tal forma que a liberdade de opinião transforma-se em farsa quando a informação fatural não é garantida e os próprios fatos são questionados ou violados (Arendt 2, p. 295). Por essa razão, Arendt defende que a função de fornecer informação não deveria estar relacionada à ação ou à decisão,

pois as verdades fatuais não contêm em si mesmas nenhum princípio a partir dos quais os homens possam agir. A ação e a decisão devem estar calcadas na troca livre de opiniões. A informação não deve ser monopólio de quem age ou decide, mas de toda comunidade.

Vale dizer, a diferença entre segredo de Estado e mentira é que, no primeiro caso, o Estado apenas classifica as informações que poderão vir a público; no segundo, trata-se de manipular a população. A ampliação da idéia de segredo de Estado e sua transformação em mentira está relacionada, assim, a criação e uso da imagem como sucedâneo da veracidade na comunicação política. A imagem pode exigir, e tem sido assim, a modificação da trama fatural. A estreita vinculação entre propaganda e imagem deixa de lado as palavras, eventos compartilhados por todos e transforma a realidade em possibilidade. Na publicidade, como na mentira, o passado e o presente são partes do futuro. Procedo desse modo para ajustar constantemente a imagem, por isso fica flutuando sobre o largo horizonte da potencialidade, à deriva, incapaz de sustentar quaisquer das suas invencionices (Arendt 2, p. 318). Um dos perigos da moderna manipulação dos fatos apontados por Arendt reside na tendência de gigantescas organizações de interesses generalizarem uma imagem como uma espécie de razão de Estado a serviço da qual tudo e todos são subjugados (Arendt 2, p. 315).

Para Arendt, somente o aprofundamento da democracia pode barrar esse tipo de hegemonia, pois, sob condições democráticas, as imagens tendem a ter vida curta e, por isso, com facilidade as fraudes emergem. “Os fragmentos dos fatos, diz ela, perturbam e desengrenam a trama urdida e a realidade vinga-se daqueles que ousam desafiá-la” (Arendt 2, p. 316). O criador de imagem erra ao tentar sustentá-la em ficções, pois “a verdade possui uma força que lhe é própria e os homens de poder até agora foram incapazes de descobrir um substituto viável para substituí-la” (Arendt 2, p. 320). Os fatos são superiores ao poder. A estabilidade que a verdade fatural dá não foi ultrapassada. Para Arendt, a política é limitada pela veracidade, solo que os homens não podem modificar à vontade, e somente respeitando esse limite poderemos manter a liberdade de agir e transformar a realidade, bem como garantir que permaneça íntegro o poder de prometer inerente à vida política.

### III

Essa relação entre imagem e manipulação das massas, fio que podemos verificar nos textos aqui considerados, aparece, de forma especial, em “A Mentira na Política – Considerações sobre os documentos do Pentágono”. Trata-se de um texto no qual está contida a análise que Arendt faz por ocasião da divulgação pelo New York Times, em 1971, dos documentos do Pentágono relacionados à guerra do Vietnã, que ocorreu entre 1967 e 1968 e levou à queda do presidente Nixon.

Além dos aspectos anteriormente ressaltados - por exemplo, a relação entre imagem e mentira, propaganda e desfaturização da realidade, imagem, propaganda e manipulação das massas - outro aspecto retomado na análise arendtiana é a ligação entre imagem e onipotência. No caso em pauta, a autora observa que os documentos do Pentágono revelam que a guerra do Vietnã nada mais foi do que um teste da capacidade de manter a imagem de onipotência do governo americano e de sua intervenção arbitrária em assuntos mundiais (Arendt 3, p. 24). Não foi apresentado nenhum objetivo tático nem estratégico, mas a continuada fabricação de mentiras para legitimar um poder onipotente. A guerra do Vietnã não foi uma guerra pelo país americano, mas pela sua imagem de super-potência (Arendt 3, p. 19). O que sobressai nos documentos do Pentágono é a mera arrogância do poder, a busca da imagem de onipotência sem nenhuma relação com a aspiração de conquista de territórios e a crença na total calculabilidade da realidade (Arendt 3, p. 41-42).

Merece, também, nossa atenção o realce dado por Arendt à atividade dos relações-públicas nos meandros da guerra do Vietnã. Essa análise é muito importante porque ela possui valor heurístico que nos possibilita compreender a ação e o poder da publicidade nos governos contemporâneos e talvez traga luz para entendermos algum aspecto importante da crise que vivemos no Brasil na atualidade.

Arendt chama os relações públicas de *problem-solvers*, os resolvidores de problemas, e, assim procedendo, aponta o estranho poder que essas pessoas passam a ter nos governos sem se submeterem ao crivo da crítica política. Esses homens detêm poder sem nenhuma limitação institucional, sem nenhum mandato publicamente estabelecido. Trata-se de

uma forma de poder invisível e, portanto, anti-democrática. Eles foram criados na atmosfera desmesurada na qual a metade da política é a construção de imagem e a outra metade é a arte de fazer o povo acreditar nessas imagens (Arendt 3, p. 19). Eles acreditam na possibilidade ilimitada da manipulação das pessoas. Os relações públicas são incapazes de perceber que a vítima ideal da manipulação são os políticos que eles servem, pois filtram as informações e interpretam o mundo exterior para eles (Arendt 3, p. 18).

Fixados na imagem que querem sustentar, os *Problem-solvers* acabam se dissociando da realidade e gastando suas energias na descoberta de fórmulas capazes de lidar com a realidade humana como se fosse matematizável, manipulável e previsível. Sucessos pontuais são tomados como a certeza de que a manipulação funciona. Agarram-se em teorias políticas que possam aumentar essa possibilidade, como, por exemplo, a teoria política dos jogos e a teoria sistêmica do poder. Eles têm em comum com os verdadeiros mentirosos o empenho em se livrarem da contingência dos fatos. Tendem, por isso, a burocratizar ou metodologizar a realidade. Dizem-se científicos, neutros, acreditam em métodos (Arendt 3, p. 43). O modelo burocrático aparece na forma como as decisões são dissociadas da realidade. Há uma completa divergência, diz Arendt, entre os fatos e as decisões, teorias e hipóteses segundo as quais as decisões são tomadas (Arendt 3, p. 30). A imagem não é apenas norteadora, mas substituta da realidade. Através dela, os fatos perdem seu caráter contingente e a possibilidade de terem ocorrido de outro modo. Sua garantia não são os testemunhos e os documentos, mas a coerência proveniente da ficção imagética.

Arendt evidencia, em particular, que a confiança dos “resolvidores de problemas” nos métodos, no cálculo do real e na coerência fictícia embota-lhes a capacidade de pensar e julgar o real nas suas múltiplas possibilidades. Os “resolvidores de problemas” mostram-se, por isso, incapazes de perceber que a realidade não se reduz a simples premissas para conclusões lógicas. Ao reduzirem as escolhas e os dilemas a poucas opções, negligenciam a realidade humana (Arendt 3, p. 21). Eles não julgam, apenas calculam. Quando os problemas surgem e a realidade começa a se contrapor à imagem e a desobedecer aos seus cálculos e

soluções, criam outra ficção para sustentar a anterior, isso nos faz lembrar do Barão de Münchhausen que, atolado no lamaçal, puxava a si mesmo pelos cabelos com as próprias mãos.

Em razão dessas características do trabalho do *problem-solver*, a tendência à mentira - uma das ferramentas mais úteis ao seu ofício - não constitui um desvio de caráter, mas uma deformação profissional, motivo pelo qual abunda na política contemporânea a presença desse recurso. Na verdade, estamos diante de uma prática das mais comuns nos nossos dias, em si mesma desafiadora não só do bom senso e da veracidade, na medida em que é regida pela imagem, mas também dos valores éticos mais legítimos que afirmam os homens como seres pensantes e judicantes e não apenas feixes de nervos com capacidade de responder aos estímulos do ambiente.

Concluindo, podemos dizer que estamos diante de um grande desafio para reflexão, pois, embora a propaganda não consiga o controle que almeja, a presença aplastante dela na comunicação política, inserida na lógica da comunicação de massa a que estamos submetidos, está produzindo problemas que desafiam não apenas o conhecimento das ciências da informação, das ciências jurídicas e das políticas hodiernas, mas, principalmente, da filosofia e da ética contemporâneas.

### Veracity and publicity in Hannah Arendt

**Abstract:** The article explains the change introduced in the political communication by totalitarian regimes and its repercussions nowadays. To achieve this end, we will consider the following texts by Hannah Arendt: "Totalitarian Propaganda", in the third part of the *Origins of Totalitarianism*; the chapter "Truth and Politics" from the work *Between Past and the Future* and the chapter "Lying in Politics – Reflections on the Pentagon Paper" from the book *Crisis of the Republic*.

**Key-words:** image – publicity – veracity – factual truth – lie.

### Bibliografia

1. ARENDT, Hannah. *Origens do totalitarismo*. Trad. Roberto Raposo. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
2. \_\_\_\_\_. *Entre o passado e o futuro*. Trad. Mauro W. Barbosa. São Paulo: Perspectiva, 2000.
3. \_\_\_\_\_. *Crises da República*. Trad. José Volkmann. São Paulo: Perspectiva, 1973.
4. LAFER, Celso. "A mentira: um capítulo das relações entre a ética e a política". In: NOVAES, Adauto. *Ética*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993, p. 225-237.