

ESCOLA DE GUERRA NAVAL

CC MARCELO HAROLDO DOMINGOS DA SILVEIRA

AS ESTRATÉGIAS DE PERSUASÃO DO PARTIDO COMUNISTA CHINÊS:
as campanhas da Revolução Cultural, à luz das teorias de comunicação de massa.

Rio de Janeiro

2018

CC MARCELO HAROLDO DOMINGOS DA SILVEIRA

AS ESTRATÉGIAS DE PERSUASÃO DO PARTIDO COMUNISTA CHINÊS:
as campanhas da Revolução Cultural, à luz das teorias de comunicação de massa.

Dissertação apresentada à Escola de Guerra Naval, como requisito parcial para a conclusão do Curso de Estado-Maior para Oficiais Superiores.

Orientador: CF (IM) Denys Sodré Barroso

Rio de Janeiro
Escola de Guerra Naval
2018

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus por estar sempre ao meu lado me orientando e me guiando na minha jornada.

À minha amada esposa Débora Rieger, pelo amor incondicional que tem me dado em cada momento da minha vida, assim como pelo carinho e incentivo que recebi nos momentos mais difíceis, suportando com paciência, o tempo dedicado a este trabalho, tornando possível a concretização desta pesquisa.

Ao meu filho Rodrigo, por dar um novo sentido à minha vida, motivando-me a ser uma pessoa melhor.

Aos meus pais, José Haroldo e Ziléia, pelo amor e apoio incondicional que tanto contribuíram para minha formação pessoal e profissional.

Aos meus sogros, Francisco Eduardo e Diva, por me deixarem fazer parte da família Rieger.

À minha amada irmã Anna Claudia (*in memoriam*), por ser uma referência aos meus estudos e o exemplo para que esta pesquisa fosse realizada da melhor maneira possível. Espero que esta sirva também de exemplo para os seus três filhos (meus queridos sobrinhos): Mateus, Lucas e Daniel.

Aos meus amigos do Curso de Estado-Maior para Oficiais Superiores (2018), em especial a Turma Almirante Barroso, pelos incentivos e camaradagem.

Ao meu orientador CF (IM) Sodr , pelo tempo que me foi disponibilizado, pela dire o segura e pelos conhecimentos transmitidos, fundamentais para a elabora o desta disserta o.

RESUMO

O projeto apresentado tem como objetivo estudar as características e técnicas aplicadas por um regime totalitário, sobre as massas populares, por meio da comunicação de massa em diversas formas e áreas da sociedade. Nesse contexto, a análise do projeto abordará diferentes conceitos para a comunicação de massa e as estratégias de persuasão que conferem à propaganda a facilidade de convencer. O emprego das teorias de comunicação de massa foi amplamente utilizado desde a ascensão do Partido Comunista Chinês (PCC) em 1949, mas foi na Revolução Cultural (1966-1976) que ele foi mais evidenciado, por meio do emprego de campanhas e propagandas. Mediante análise histórica da Revolução Cultural, poderá ser observada uma linha de ação característica dos governos totalitários. Nota-se, neste projeto, que não se pode explicar a servidão da massa somente por meio do poder coercitivo, mas também pela influência de um líder carismático mistificado e cultuado. A imagem deste líder é forjada pela própria máquina do regime. Com base nesta análise poderá ser entendido como a Comunicação Social e as Operações Psicológicas podem ser utilizadas em regimes similares.

Palavras-chave: Regime Totalitário. Comunicação de Massa. Estratégias de Persuasão. Revolução Cultural. Propaganda. Comunicação Social. Operações Psicológicas.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	6
2	AS TEORIAS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA.....	9
2.1	O Conceito de Comunicação.....	9
2.2	O Conceito de Sociedade de Massa.....	10
2.3	O Conceito de Meios de Comunicação de Massa.....	11
2.4	A Comunicação de Massa.....	12
2.5	A Escola Estadunidense e as Teorias Científicas Sociais.....	13
2.5.1	A Teoria Hipodérmica.....	14
2.5.2	A Teoria da Corrente Funcionalista – Modelo de Lasswell.....	15
2.5.3	Estratégias Teóricas para a Persuasão.....	16
2.6	A Escola Francesa, A Escola Britânica e a Teoria Culturológica.....	17
3	A COMUNICAÇÃO SOCIAL E AS OPERAÇÕES PSICOLÓGICAS.....	20
3.1	A Comunicação Social.....	20
3.2	As Operações Psicológicas.....	21
3.2.1	A Guerra Psicológica.....	22
3.2.2	A Ação Psicológica.....	23
3.3	A Propaganda e a Persuasão.....	24
3.4	A Propaganda e o Regime Totalitário.....	25
4	A REVOLUÇÃO CULTURAL CHINESA.....	27
4.1	Antecedentes Históricos.....	28
4.2	A Revolução Cultural.....	32
4.3	Os Objetivos da Revolução Cultural.....	34
4.4	As Consequências da Revolução Cultural.....	35

5	ANÁLISE DAS CAMPANHAS DA REVOLUÇÃO CULTURAL.....	37
5.1	A Aplicação das Teorias de Lasswell.....	38
5.2	As Estratégias de Persuasão Aplicadas nas Campanhas da Revolução Cultural.....	39
5.2.1	As Campanhas das Lutas de Classes e Uso da Violência.....	40
5.2.2	A Campanha de Manipulação das Massas Contra o Inimigo Externo.....	41
5.2.3	A Campanha de Erradicação dos Quatro Velhos.....	42
5.2.4	A Campanha do Pequeno Livro Vermelho como Inspiração Ideológica.....	43
5.2.5	A Campanha do Culto a Mao Tsé-tung e do Comunismo como Religião.....	44
5.3	O Controle dos Meios de Comunicação.....	46
6	CONCLUSÃO.....	47
	REFERÊNCIAS.....	50
	ANEXO A – Diagramas das Estratégias de Persuasão.....	53
	ANEXO B – Cartaz conclamando a massa a denunciar os partidários do capitalismo...54	
	ANEXO C – Cartazes conclamando a massa a aderir a Revolução Cultural.....	55
	ANEXO D – Cartazes qualificando intelectuais e antigos oficiais do governo como contrários a Revolução.....	57
	ANEXO E – Cartaz estimulando camponeses e operários a luta de classes.....	63
	ANEXO F – Cartazes estimulando o apoio ao levante de Hong Kong.....	64
	ANEXO G – Cartazes da Campanha de Erradicação dos Quatro Velhos.....	66
	ANEXO H – Cartazes de exaltação ao Livro Vermelho de Mao Tsé-tung.....	68
	ANEXO I – Cartazes de exaltação a imagem de Mao Tsé-tung.....	70

1 INTRODUÇÃO

A visão e o cheiro de tanto estrume me fizeram lembrar de um artigo alegórico que fui obrigado a ler na escola durante a Revolução Cultural. Um grupo de jovens urbanos, enviado às regiões rurais para receber “reeducação” tropeça em um monte fresco de esterco de vaca num caminho lamacento semelhante ao nosso. Enquanto procuram uma pá para remover o monte, aparece uma garota camponesa, que enche as mãos com o esterco e o carrega até o tanque comunitário de estrume. A jovem camponesa demonstra um exemplo poderoso para os jovens da cidade, que são incapazes de enxergar além de seus hábitos burgueses mesquinhos. Nosso professor nos apresentava uma série de questionamentos: Qual era pior, o esterco do cavalo ou o modo de pensar da burguesia? Quem possuía a mente mais pura, a camponesa ou os jovens da cidade? (YIWU, 2011, p. 112).

A comunicação está profundamente enraizada nos comportamentos e é difícil pensar em eventos sociais ou comportamentais dos quais a comunicação esteja ausente. Para delinear os meios de comunicação que atuam em grande escala, alcançando e abarcando potencialmente quase todos os membros de uma sociedade, como jornais, revistas, filmes, rádio, televisão e música gravada, é usado o termo Comunicação de Massa¹ (WOLF, 2006). A comunicação de massa tem a característica de alcançar um grande número de receptores ao mesmo tempo, partindo de um único emissor. Ela necessita que a mensagem seja direcionada com uma técnica que foque em guiar a opinião pública para determinada ideia, fato ou personagem. Essa técnica é chamada de propaganda².

Lasswell (1971), explica que a propaganda é um meio comum a todos os sistemas políticos. Em um regime democrático, a propaganda tem como objetivo batalhar contra o interesse contrário, díspar ou antagônico. Por outro lado, em um regime totalitário, aquele que mais interessará neste trabalho, ela funciona como uma arma, já que acaba por condicionar a educação dos indivíduos, de maneira a mantê-los permanentemente sobre controle.

A República Popular da China, desde a sua fundação em 1949, sofreu uma série de mudanças sociais e políticas, que fizeram com que o Estado lançasse mão de diversas

¹ Termo adotado neste trabalho como sinônimo para outras expressões tais como “mass media”, “media de massa” e “mídia de massa” e utilizado por WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 5. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2006. 123 p.

² A propaganda é o gerenciamento de atitudes coletivas pela manipulação de símbolos significativos. A palavra atitude é tomada como significando uma tendência a agir de acordo com certos padrões de avaliação (LASSWELL, 1971, p.627). O conceito será ampliado no Capítulo 3 deste trabalho.

ações, de modo a evitar insurgências contra o governo e cisões no seu território. Mao Tsé-tung³ (1893-1976) afirmava em seus discursos da necessidade de fazer, entre os militantes do Partido Comunista Chinês⁴ (PCC) e das massas, uma ampla propaganda sobre o enorme significado das vitórias das revoluções na China (TSÉ-TUNG, 1972). Desse modo, a Comunicação Social (ComSoc) e as Operações Psicológicas (OpPsc) foram amplamente utilizadas pelo governo de maneira a alcançar esses objetivos.

O estudo focará na Revolução Cultural⁵ (1966-1976), que foi um movimento de massa de enormes dimensões, num período em que a China mergulhou em um grande caos. Conseqüentemente, esse período também ficou marcado por um grande número de campanhas propagandistas. De fato, sempre que a situação pedia uma mudança de orientação dentro do quadro mais amplo da Revolução Cultural, o PCC colocava em ação uma nova campanha, por meio de Operações Psicológicas. Muitas vezes, essas campanhas eram tão rápidas que os cartazes de propaganda serviam como principal fonte de informação para o povo, exercendo assim o papel da Comunicação Social.

Este trabalho visa estudar as características e técnicas aplicadas por um regime totalitário, sobre as massas populares, por meio da comunicação de massa em diversas formas e áreas da sociedade. Nesse contexto, a análise do projeto abordará diferentes conceitos para a comunicação de massa e as estratégias de persuasão que conferem à propaganda a facilidade de convencer. Assim, ao término deste trabalho, será possível responder a seguinte questão: Em que medida as técnicas de comunicação de massa foram utilizadas na China durante a Revolução Cultural?

³ Mao Tsé-tung foi um político, teórico, líder comunista e revolucionário chinês. Nasceu em 1893, na China central. Filho de camponeses pobres, ainda jovem dedicou-se ao estudo da política, economia e filosofia, história, poesia e estratégia militar e tornou-se um nacionalista ativo, criando grupos de estudo e organizando manifestações estudantis. Em 1921 participou da fundação do Partido Comunista Chinês. Também conhecido como o Grande Timoneiro, liderou a Revolução Chinesa e foi o arquiteto e fundador da República Popular da China, governando-a desde a sua criação em 1949 até sua morte em 1976 (CHANG e HALLIDAY, 2005).

⁴ O Partido Comunista Chinês foi fundado em Xangai em julho de 1921 e é o partido que governa a China desde 1949 (THE EPOCH TIMES, 2017).

⁵ A Revolução Cultural também é chamada de Grande Revolução Cultural Proletária ou Revolução Cultural Chinesa (BEZERRA, 1986).

Para alcançar esse objetivo, será tomada por base a taxionomia de tipos de pesquisa⁶ apresentada por Vergara (2003). Quanto aos meios de investigação, será realizada uma pesquisa bibliográfica⁷, por intermédio de uma revisão da literatura existente, procurando fontes primárias, preferencialmente escritas durante ou bem próximas ao período em foco. Quanto aos fins, será realizada uma pesquisa descritiva⁸, buscando entender o fenômeno da comunicação de massa em um regime totalitário.

Por conseguinte, para um melhor desenvolvimento, este estudo foi estruturado em cinco capítulos, após esta breve introdução. No Capítulo 2, por meio de revisão da literatura, serão abordados, inicialmente, conceitos relevantes para o estudo das teorias de comunicação de massa, para, posteriormente, entendimento em que aspectos das relações de comunicação elas serão aplicadas. O Capítulo 3 realizará uma abordagem da Comunicação Social e as Operações Psicológicas, definindo seus objetivos. Após essas definições, serão relacionadas às interações entre a propaganda, a persuasão e o regime totalitário. No Capítulo 4 será apresentado o que foi a Revolução Cultural, discorrendo seus antecedentes históricos, objetivos e consequências. Esse capítulo será importante, pois levará ao entendimento das campanhas propagandistas realizada pelo PCC. O Capítulo 5 relacionará algumas das campanhas que foram realizadas durante a Revolução Cultural, sendo feita uma análise das relações⁹, referenciada em Marconi e Lakatus (2009), à luz das teorias de comunicação de massas estudadas no Capítulo 2. Por fim, o Capítulo 6 será composto pelas conclusões e considerações finais recapitulando os aspectos mais importantes do estudo e respondendo à questão de pesquisa.

⁶ Vergara (2003) divide as taxonomias de tipos de pesquisa em dois critérios básicos: quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, uma pesquisa pode ser: exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada e intervencionista. Quanto aos meios de investigação, pode ser: pesquisa de campo, pesquisa de laboratório, documental, bibliográfica, experimental, *ex post facto*, participante, pesquisa ação e estudo de caso.

⁷ Vergara (2003) define pesquisa bibliográfica é aquela desenvolvida com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral

⁸ Vergara (2003) define pesquisa descritiva como aquela que expõe características de determinada população ou determinado fenômeno.

⁹ Marconi e Lakatus (2009) definem que a análise das relações tem como objetivo encontrar as principais relações e estabelecer conexões com os diferentes elementos do texto.

2 AS TEORIAS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

Neste capítulo será abordado um dos vieses das teorias de comunicação que é direcionado especificamente para as massas, a Comunicação de Massa. Serão analisadas algumas das teorias para, posteriormente, ser verificado se as mensagens emitidas durante a Revolução Cultural usaram essas técnicas.

Para alcançar o proposto neste primeiro capítulo, primeiramente, deverão ser compreendidos separadamente os conceitos de comunicação, meios de comunicações e de sociedade de massa, para posterior aglutinação e, dessa forma, a dedução do conceito de comunicação de massa.

2.1 O Conceito de Comunicação

A comunicação pode ser definida como um método peculiar onde a realidade é criada, alimentada, aperfeiçoada e modificada (MCQUAIL, 2003). Em outras palavras, o comunicador tem o poder de transmitir a realidade de acordo com seu pensamento, podendo mantê-la exatamente com ela é, ou transformá-la muitas vezes sem o compromisso da verdade e, deste modo, alcançar o seu objetivo.

Martino e Marques (2015) afirmam que a comunicação precisa ser percebida como interação entre interlocutores. Ela aproxima diferenças e confere destaque à singularidade, pois é, ao mesmo tempo, afetiva, racional, consensual, de caráter conflituoso, harmoniosa e política. Ao ser estudada a comunicação, se estudará a relação entre os interlocutores, os meios e os símbolos usados nessa relação que residem na complexa rede de relações sociais, evidenciadas em discursos, diálogos e contextos de interação em constante movimento.

A análise das teorias de comunicação não segue apenas um critério cronológico. Ela também segue outras ordenações: o contexto social, histórico e econômico; o tipo de teoria social pressuposta; e o modelo de processo comunicativo (WOLF, 2006).

2.2 O Conceito de Sociedade de Massa

De acordo com Wolf (2006), a massa é um grupo homogêneo de pessoas, aparentemente iguais, mas que provém de ambientes e grupos sociais diferentes. O enfraquecimento dos laços tradicionais, como família, comunidade e religião, contribui para atenuar o elo da sociedade e para dispor as condições que transportam ao isolamento e à demência das massas.

McQuail (2003) define sociedade de massa como um formato de sociedade, que de acordo com a teoria, é identificada como reprimida por um pequeno número de elites conectadas, que regulam a qualidade de vida das multidões, na maioria das vezes pela persuasão e manipulação. Em sua análise, Serra (2007) afirma que a sociedade de massa é constituída por um conjunto de indivíduos mais ou menos similares, dispersos e confusos. Freud (2011) explica que o ser individual, como membro de uma sociedade, se organiza como massa em determinado momento, com uma finalidade específica.

Na visão de De Fleur e Ball-Rokeach (1993), em uma sociedade de massa há três características comuns: a primeira é que os indivíduos se encontram em uma posição de insulamento psicológico; a segunda é o mote da impessoalidade no relacionamento com os outros indivíduos; e a terceira demonstra que as pessoas estão livres de suas obrigações sociais informais.

Sigmund Freud (1856-1939), médico neurologista e criador da psicanálise, faz a análise o comportamento do indivíduo dentro da massa:

O primeiro é que o indivíduo na massa adquire, pelo simples fato do número, um sentimento de poder invencível que lhe permite ceder a instintos que, estando só, ele manteria sob controle. E cederá com tanto mais facilidade a eles, porque, sendo a massa anônima, e por conseguinte irresponsável, desaparece por completo o sentimento de responsabilidade que sempre retém os indivíduos (FREUD, 2011, p. 20).

Então, a massa torna os indivíduos possuidores de uma espécie de alma coletiva, que os faz sentir, pensar e agir de uma forma bem diferente da que cada um sentiria, pensaria e agiria isoladamente.

2.3 O Conceito de Meios de Comunicação de Massa

Os meios de comunicação de massa são todos os dispositivos sociais que operam em grande escala e que atingem e envolvem quase todos os membros de uma sociedade em maior ou menor grau (MCQUAIL, 2003). Esta definição aplica-se aos livros, revistas e jornais no que diz respeito aos meios impressos e também aos meios de reprodução fotográfica e eletrônica de todo o gênero, desde que originem uma produção em série dirigida a receptores desconhecidos (SANTOS e CORREIA, 2004).

Serra (2007) complementa que os meios de comunicação são responsáveis pela redução, do distanciamento no tempo e do afastamento no espaço. Em sua análise, ele divide os meios de comunicação em três grupos quanto à tipologia: os meios apresentativos (como a voz, o rosto e o corpo) que requerem a presença de um comunicador e produzem atos de comunicação; os meios representativos (como os livros, as pinturas, as fotografias e a escrita) que concordam geralmente com a ausência do comunicador; e os meios mecânicos (como o telefone, a rádio, a televisão e o telex) que são transmissores dos meios apresentativos e representativos. Os dois últimos meios mencionados originam problemas de recepção.

2.4 A Comunicação de Massa

Assim, aglutinando os conceitos expostos, conclui-se que a comunicação de massas abrange uma grande quantidade de indivíduos, com características similares e agindo de forma coletiva, reproduzindo sua mensagem de forma idêntica e contínua, de acordo com a ideologia do comunicador. Conclusão similar à de McQuail (2003) de que a comunicação de massas compreende as técnicas pelas quais grupos especializados empregam meios tecnológicos (jornais, rádio, cinema etc.) para disseminar conteúdos simbólicos juntos de grandes audiências¹⁰, dispersas e heterogêneas.

A principal característica da comunicação de massas é que ela é realizada para chegar a muitos. As audiências são vistas como grandes aglomerados anônimos, e a relação entre o emissor e o receptor é influenciada. Existe uma separação social e física entre eles. O emissor é muitas vezes a própria organização e a relação é impessoal e inevitavelmente em apenas um sentido. O emissor possui a autoridade, sendo a relação não só assimétrica, mas muitas vezes manipuladora na sua intenção. A recepção da comunicação de massas também é diferente. As audiências são espalhadas e apáticas, sem oportunidade para responderem ou participarem genuinamente. Os receptores têm pouco contato ou conhecimento entre eles e só podem interagir diretamente em pequeno número (MCQUAIL, 2003).

A análise das relações existentes entre essas ordenações permite moldar as conexões entre as diversas teorias de comunicação de massa e especificar o motivo pelo qual foi utilizado o modelo dominante em diferentes períodos. Adicionalmente, também permite entender quais os problemas das comunicações de massa que foram metodicamente tratados como relevantes e fundamentais e, por outro lado, quais os que foram frequentemente relegados para um plano secundário.

¹⁰ Audiência é composta por “redes de indivíduos interligados”, que efetuam a recepção das mensagens mediáticas (SERRA, 2007, p. 152).

As teorias de comunicação de massa são experimentadas de formas diferentes em sociedades com características não ocidentais, especialmente as menos individualistas, de atitudes mais comuns, menos seculares e mais religiosas. As diferenças não estão apenas no desenvolvimento econômico, mas envolve variações intensas de cultura e uma extensa experiência histórica. A análise das teorias não pode evitar as questões dos valores e do conflito social e político das sociedades de massa.

No campo da política, as comunicações de massas tornaram-se gradativamente um elemento efetivo no processo político democrático, fornecendo um palco e um caminho para um debate dilatado, difundindo informação e opiniões. Elas também funcionam como um modo de exercer poder, pois privilegia os agentes políticos e de governos. Já no campo cultural, os meios de comunicação de massa constituem um manancial basilar de significados e ideias da realidade social e a expressão mais dilatada da identidade comum e enfoca o interesse do tempo de lazer, aprovisionando o ambiente cultural comum para a maior parte das pessoas, mais do que qualquer outra instituição (MCQUAIL, 2003).

2.5 A Escola Estadunidense e as Teorias Científicas Sociais

A Escola Estadunidense, na pesquisa em comunicação, tem como foco de pesquisa o estudo dos efeitos dos meios de comunicação. Esse estudo teve influência de diversas áreas do conhecimento, o que lhe rendeu diversas tendências teóricas. A Escola Estadunidense dividiu em três fases suas pesquisas: a da comunicação de massa (principalmente pelo estudo da Teoria Hipodérmica¹¹); a em comunicação assinalada pela questão social (conhecida como Teoria da Corrente Funcionalista ou Funcionalismo¹²); e a

¹¹ O conceito da Teoria Hipodérmica será tratado em 2.5.1.

¹² O conceito da Teoria da Corrente Funcionalista ou Funcionalismo será tratado em 2.5.2.

influenciada diretamente pelas escolas de comunicação e a preocupação com as práticas profissionais (denominada de Estudos dos Efeitos em Longo Prazo) (SILVA, 2011).

As teorias científicas sociais são amplas, embora pouco organizadas. Elas não são bem formuladas e cobrem desde questões gerais sobre a sociedade a aspectos menores da informação individual, enviada e recebida. A maior parte das teorias científicas sociais dedica-se a perceber os acontecimentos; outras desenvolvem uma crítica; e outras ainda visam aplicações práticas dos processos de informação pública ou de persuasão (MCQUAIL, 2003).

Este estudo concentrar-se-á nas duas primeiras fases de pesquisa da Escola Estadunidense e nas aplicações práticas dos processos de persuasão.

2.5.1 A Teoria Hipodérmica

A Teoria Hipodérmica coincide com o período entre a Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) e com a difusão em grande escala das comunicações de massa. Os principais elementos que caracterizam a teoria hipodérmica não são as novidades dos fenômenos dos surgimentos das massas de trabalhadores e operários das emergentes indústrias, mas a ligação desses fenômenos às trágicas experiências totalitárias daquele período histórico. Essa teoria se resume na afirmação de que cada indivíduo é diretamente atingido pela mensagem, ou seja, defendia uma relação direta entre a exposição às mensagens e o comportamento (teoria da ação psicológica behaviorista¹³) (WOLF, 2006). O homem é resultado dos estímulos que recebe.

A teoria hipodérmica recebeu esse nome em alusão a uma agulha hipodérmica que penetra a camada superficial da pele sem dificuldades, tal como uma mensagem que não encontra resistência pelo indivíduo. Também ficou conhecida como a Teoria da Bala Mágica,

¹³ Representava a adaptação do organismo ao ambiente; os comportamentos complexos manifestados pelo homem, e observáveis de uma forma científica, podiam ser decompostos em sequências de unidades precisas: o estímulo, a resposta e o reforço (WOLF, 2006).

onde uma mensagem recebida era aceita e espalhada entre todos os receptores. A ideia é que uma pessoa sendo atingida por uma mensagem possa vir a ser manipulada, e induzida a agir de uma determinada maneira, estipulada pelo emissor da mensagem, mas não se pode esquecer que essa teoria visualiza o receptor com uma postura passiva, sem reação, portanto capaz de ser influenciado (WOLF, 2006).

2.5.2 Teoria da Corrente Funcionalista – Modelo de Lasswell

Na teoria hipodérmica, a audiência era idealizada como um conjunto de classes etárias, de sexo e de hierarquia, mas pouca atenção era oferecida às relações em que elas estavam envolvidas. Isso acontecia porque as relações informais entre as pessoas eram tidas como irrelevantes. Harold Dwight Lasswell (1902-1978), um dos estudiosos da teoria hipodérmica, observou que a teoria hipodérmica ignorava o contexto no qual ocorria a comunicação, e assim, desenvolveu um modelo comunicativo conhecido como Modelo de Lasswell (WOLF, 2006).

De acordo com Lasswell (1971), o Modelo da Teoria da Corrente Funcionalista ou Modelo de Lasswell explica que o ato de comunicação consiste em responder as seguintes perguntas: Quem? (refere-se à questão do comunicador e os seus interesses); Diz o quê? (é a análise do conteúdo de uma mensagem); Em que canal? (significa a análise dos meios escolhidos no processo); Para quem? (sinaliza a preocupação com o receptor e entender a sua compreensão); e Com que efeito? (é a questão dos efeitos causados por uma comunicação específica). Esse modelo organizou o estudo científico da comunicação, realizando respectivamente as análises de emissor, conteúdo, meios, audiência e efeitos, e a pesquisa de comunicação, em torno de dois dos seus temas centrais: a análise dos conteúdos e a análise

dos efeitos, ou seja, Lasswell estudou a mensagem que era passada e os efeitos que ela gerava no indivíduo.

2.5.3 Estratégias Teóricas para a Persuasão

A persuasão, segundo Jowett e O'Donnell (2012) é um processo complexo, contínuo e interativo, no qual um emissor e um receptor são ligados por símbolos verbais e não verbais, por meio dos quais o persuasor tenta influenciar o persuadido a adotar uma mudança, em uma determinada atitude ou comportamento. Serão analisados os três campos da estratégia de persuasão: a psicodinâmica, a sociocultural e a de construção de significados.

A estratégia psicodinâmica de persuasão pretende modificar fatores cognitivos para influenciar o comportamento. Deste modo, para efeitos persuasivos, a estratégia psicodinâmica está fundamentada dentro da ideia nos quais estímulos são recebidos e detectados pelos sentidos oriundos do ambiente externo e o organismo molda a resposta a ser produzida. Para De Fleur e Ball-Rokeach (1993), as estratégias devem focar em questões cognitivas e emocionais, pois os fatores biológicos transmitidos, como raça, cor, sexo, são impossíveis de serem persuadidos. A estratégia psicodinâmica tem o objetivo de alterar o funcionamento psicológico de um indivíduo por meio da eficácia de uma mensagem, ou seja, o potencial da informação, que é essencial para o processo persuasivo e um estimulante para a alteração do comportamento. O processo da estratégia psicodinâmica de persuasão pode ser representado de acordo com o diagrama da FIGURA 1 do ANEXO A.

De acordo com as pesquisas desenvolvidas por De Fleur e Ball-Rokeach (1993), a Estratégia Sociocultural de persuasão explica que as ações individuais são, na sua maioria, controladas por forças que deriva do ambiente sociocultural do indivíduo. A cultura é um fator potencial nessa linha de raciocínio e, para ir além da fronteira cultural e persuadir o

indivíduo, alterando as suas expectativas e comportamento, é necessário que as mensagens, ao serem preparadas, determinem para o indivíduo normas de comportamento social, ou os requisitos culturais para a ação, que conduzirão as atividades que a comunidade está tentando provocar. A estratégia então será apresentar as expectativas sociais do grupo no qual as ações devem acontecer, fornecendo definições culturais no qual a conduta é adequada. A estratégia sociocultural de persuasão pode ser representada de acordo com o diagrama da FIGURA 2 do ANEXO A.

Segundo De Fleur e Ball-Rokeach (1993), a estratégia persuasiva de Construção dos Significados, explica como o contexto da comunicação é capaz de mudar as atitudes de suas audiências, utilizando símbolos e significados, pois a comunicação de massa cultiva essas crenças acerca do mundo real influenciando nossa forma de agir. As comunicações de massa formam, aumentam, trocam e consolidam significados para palavras de nossa linguagem. Essas alterações de significado influem em nossas respostas às coisas e às questões que são qualificadas. A presente estratégia pode ser representada de acordo com o diagrama da FIGURA 3 do ANEXO A.

2.6 A Escola Francesa, A Escola Britânica e a Teoria Culturológica

A Escola Francesa tem como alvo analisar as relações existentes entre a sociedade e as comunicações de massa. Ela sugere a elaboração em que a cultura de massa¹⁴ seria concebida como um pedaço da cultura da sociedade. De acordo com essa escola, a cultura de

¹⁴ Inicialmente (aproximadamente entre 1930-1970), este termo, cultura de massas, era usado para descrever “formas inferiores de entretenimento e de ficção que apelavam à maioria dos não educados e não cultivados, oposta à alta cultura da minoria” (MCQUAIL, 2003, p. 500). Ela apresentava-se como referência alargada para os gostos, preferências, maneiras e estilos das massas (ou de uma maioria). Tinha também uma conotação pejorativa, principalmente por causa das suas associações com as consideradas preferências culturais dos incultos, indiscriminados ou apenas audiências de classe baixa. A mudança cultural e a cultura popular mudaram o sentido do termo e tornaram-no redundante ou indesejável (MCQUAIL, 2003).

massa desenha um sistema de cultura com um conjugado de símbolos, valores, costumes e conceitos, no cotidiano dos indivíduos e nos pensamentos coletivos (SILVA, 2011).

A Escola Britânica tem como objeto de estudo o cotidiano, que é influenciado pelos meios de comunicação. Assim, os estudiosos consideram a cultura como uma maneira de perceber o alcance dos meios de comunicação na cultura de uma sociedade, e também como sendo parte de um emaranhado cultural maior. Em consequência disso, a sugestão é estudar a cultura como um ambiente de peleja entre diversas culturas, conectadas a diversas classes da sociedade (SILVA, 2011).

Enquanto a Escola Estadunidense percebe a cultura de massa não como um sistema próprio de cultura, mas apenas como efeito dos meios de comunicação de massa, as Escolas Francesas e Britânicas percebem que há diversos aspectos de uma cultura disseminada pelos meios de comunicação.

A Teoria Culturológica tem como objetivo entender de que forma a cultura de massa influencia as estruturas da sociedade, bem como a história social dos indivíduos e dos grupos coletivos (SILVA, 2011). Para Wolf (2006), o atributo principal da teoria culturológica é o estudo da cultura de massa, não falando francamente da comunicação de massa e de seus efeitos sobre os receptores, mas do objeto de análise que ela procura atingir, que é a definição da nova forma de cultura da sociedade contemporânea.

Esses conceitos são importantes porque a comunicação depende da cultura de modo recíproco. Para se comunicar com um público, faz-se necessário compreender sua cultura, toda a sua coletânea, e desta forma o sistema cultural poderá ser empregado como uma forma de persuasão. Ademais, a estrutura nos ajuda a pensar como será realizada essa comunicação, e quais etapas devem ser pensadas antes da ação de comunicação. Os estudos culturais devem se preocupar com o conteúdo com o qual o receptor entende, porque é na recepção que a comunicação efetivamente ocorre. Essa ideia é importante de ser demonstrada,

pois a percepção de quem gera a comunicação pode não coincidir com a percepção recebida pelo receptor.

3 A COMUNICAÇÃO SOCIAL E AS OPERAÇÕES PSICOLÓGICAS

Neste capítulo abordaremos a Comunicação Social (ComSoc) e as Operações Psicológicas (OpPsc), conceituando-as e relacionando-as à luz das teorias de comunicação de massa vistas no capítulo anterior e cultivando aspectos que posteriormente serão relacionados a Revolução Cultural.

3.1 A Comunicação Social

A história da Comunicação Social¹⁵ surge e se firma entre o fim da década de 1940 e metade da década de 1970. Nesse começo, prevaleciam os temas relacionados à atualidade, ainda que a função da comunicação na Antiguidade, também tenha feito jus à atenção dos estudiosos da Comunicação Social (VICENTE, 2009). Os estudiosos identificados como os pioneiros da história da Comunicação Social foram os canadenses Harold Innis (1894-1952) e Marshall McLuhan (1911-1980).

Segundo Vicente (2009), Innis buscou entender as causas, o significado e a direção das constantes modificações e das inovações dos novos meios de comunicação e de seus impactos na vida social. Já McLuhan, tentou identificar os elementos que definem as condições de equilíbrio e de continuação nas sociedades, nos domínios e nas civilizações. Ele observava nas tecnologias utilizadas na comunicação os fatores desencadeadores do surgimento e concretização do sistema social, assim como os pontos de predomínio político. Então, para McLuhan, os meios de comunicação definiam o ambiente do homem e da sociedade e modificavam todos os aspectos da vida.

¹⁵ BRASIL, 2018, p. 1-3. Explica que na prática, os termos comunicação, comunicação social, comunicação corporativa, comunicação empresarial e comunicação organizacional vêm sendo utilizados sem distinção. Contudo, ao longo deste trabalho, adotaremos a expressão “Comunicação Social”.

Vicente (2009) explica que toda informação que é publicada por um meio de comunicação, raramente, não virá carregada de significado e de interesses, seja do escritor ou do grupo detentor do meio de comunicação no qual se encontram inseridos. Os meios não são imparciais, mesmo seguindo determinados conjuntos de normas e condutas.

O Manual de Comunicação Social da Marinha (EMA-860), Brasil (2018), enfatiza que a ComSoc estuda as cognições entre a sociedade e os meios de comunicação de massa, tais como o rádio, a televisão, o cinema, os jornais e revistas, e a Internet. São essas relações que servirão de base para o nosso estudo. Adicionalmente, o Glossário das Forças Armadas (MD-35-G-01), Brasil (2015), define a ComSoc como “processo pelo qual se podem exprimir ideias, sentimentos e informações, visando a estabelecer relações e somar experiências” e conclui como o “campo de conhecimento acadêmico que estuda a comunicação humana e questões que envolvem a interação entre os sujeitos em sociedade” (BRASIL, 2015, p.68).

Por fim, o Manual de Comunicação Social do Exército (C 45-1), Brasil (2009) afirma que um dos princípios éticos da ComSoc é a verdade, e que ela é a essência da atividade, pois assegura confiança, coerência e credibilidade.

Conclui-se então, que a ComSoc atua nas relações entre a sociedade e os meios de comunicação de massa, visando sempre passar uma mensagem verdadeira, ainda que se haja presente parcialidade dos meios nessas relações.

3.2 As Operações Psicológicas

O Manual de Operações Psicológicas do Exército (C 45-4), Brasil (1999), define as Operações Psicológicas como um conjunto de ações de natureza diversa, designadas a influir nos sentimentos, nas atitudes e nos julgamentos de um grupo social, com o fim de alcançar condutas predeterminadas, em que tais ações vão variar em complexidade, realizando

apoio às operações militares e podendo envolver grandes quantidades de recursos humanos e materiais. Então, as Operações Psicológicas são o uso planejado de comunicações para influenciar o comportamento humano, incidindo em ações políticas, militares e ideológicas dirigidas para criação em determinados grupos, conduta, sentimentos e atitudes. As OpPsc podem ser usadas para desmoralizar, desorientar e perturbar grupos contrários, ou seja, usada ofensivamente, como também podem ser usadas para unir, informar e fortalecer a moral dos grupos favoráveis.

De posse dessas definições, será essencial entender que as OpPsc influenciam o comportamento dos indivíduos e das massas. Crenças e valores somente serão modificados utilizando estratégias de persuasão em longo prazo, conforme estudado no capítulo anterior.

Finalmente, a Doutrina Militar Naval (EMA-305), Brasil (2017) define:

A operação psicológica, que inclui as ações psicológicas e a guerra psicológica, compreende atividades políticas, militares, econômicas e psicossociais planejadas e conduzidas para criar em grupos (inimigos, hostis, neutros e/ou amigos) emoções, atitudes ou comportamentos favoráveis à consecução dos objetivos nacionais (BRASIL, 2017, p. 3-16).

Sabendo que as OpPsc incluem a guerra psicológica e a ação psicológica, para este estudo será importante distinguir a diferença entre elas.

3.2.1 A Guerra Psicológica

Linebarger (1954) já afirmava na década de 1950, que nem a guerra e nem a psicologia eram assuntos novos, e que muito do que era chamado de psicologia foi anteriormente estudado, mas de outro modo. Para ele a Guerra Psicológica consistia na aplicação de psicologia na condução da guerra, ou seja, compreendia o uso de propaganda contra um inimigo, acompanhado de medidas operacionais militares que pudessem suplementar a propaganda.

Coimbra (2017) detalha a definição apresentada por Linebarger e explica que o propósito da Guerra Psicológica é por meio de propaganda desmoralizar o adversário, dando-lhe um sentimento de insegurança, de fraqueza e de incredulidade, que o faça render-se e se possível for, que obtenha a sua colaboração. É importante salientar, que os alvos são os grupos inimigos, de acordo com as conjecturas de guerra, e os neutros, nestes compreendidos os que o são por interesse pessoal. Ela deve ser aplicada de maneira a enfraquecer a disposição combativa do adversário, explorando todas as fragilidades políticas, econômicas, psicossociais e militares, a evitar ou desencorajar ações opostas aos interesses nacionais, por meio de uma propaganda bem preparada, produzindo resultados depressivos no moral adversário.

A Guerra Psicológica moderna tornou-se autoconsciente ao usar a psicologia científica como uma forma de alcançar seus objetivos. Com o surgimento das religiões militantes e das ideologias messiânicas, novas oportunidades e instrumentos se tornaram disponíveis para a Guerra Psicológica (BARNETT e LORD, 1989). De fato, tornou-se cada vez mais difícil separar a dimensão psicológica da guerra real, pois a ideologia e a religião provaram que são ferramentas eficazes para enfraquecer estados hostis e ampliar o próprio poder com pouco ou nenhum esforço militar.

3.2.2 A Ação Psicológica

O MD-35-G-01, Brasil (2015), define Ação Psicológica como uma “atividade destinada a fortalecer o moral de grupos amigos e a influenciar os demais públicos-alvo, gerando emoções, atitudes ou comportamentos favoráveis à consecução de objetivos específicos” (BRASIL, 2015, p. 19). Essas emoções, atitudes e comportamento podem ser individuais ou coletivas. Em outras palavras, o objetivo da Ação Psicológica é o de levantar o

moral da população, direcionada ao universo amigo, interno ou externo, antes de qualquer ação por parte do inimigo. A Ação Psicológica busca a motivação, fundamentada em credos, anseios e até ressentimentos, desenvolvidas por meio de apelos, conformados em coesão social, política, religiosa e econômica, como um fator, capaz de trazer mudanças para a sociedade.

3.3 A Propaganda e a Persuasão

O C 45-4, Brasil (1999), define a propaganda como a divulgação de alguma notícia, opinião, doutrina ou solicitação específica, com finalidade de gerar emoções e atitudes, influenciar julgamentos ou reger o comportamento de indivíduos ou grupos, visando favorecer, direta ou indiretamente, quem a gerou. A propaganda representa o trabalho de grandes organizações ou grupos para conquistar o público, por interesses especiais e por meio de uma orquestração massiva (JOWETT e O'DONNELL, 2012).

Conforme já apresentado no capítulo anterior, a persuasão é o emprego da comunicação de massa para apresentar mensagens visando determinadamente atrair formas específicas de ação da parte de audiências.

Baseados nesses conceitos, Jowett e O'Donnell (2012) explicam a diferença entre a propaganda e persuasão. A propaganda é uma forma de comunicação que tenta obter uma resposta que favoreça a intenção desejada do propagandista. A persuasão é interativa e tenta satisfazer as necessidades do persuasor. E complementa que a propaganda é a persuasão em uma base de um para muitos. Propaganda tende a estar ligada a um processo social geral, enquanto a persuasão é considerada como um processo psicológico individual.

De acordo com Linebarger (1954), a propaganda pode ser descrita como persuasão organizada por meios não violentos, enquanto a persuasão pode eventualmente

recorrer a esses meios. Logo, se um ataque de fogo queima uma cidade, a queima é calculada para dissuadir seus habitantes de continuar a guerra, machucando-os o suficiente para causar a rendição. Se, após o bombardeio, forem deixados panfletos dizendo para eles se renderem, a propaganda pode ser considerada uma extensão da persuasão menos violenta.

Assim, as atividades se completam no domínio da mente, buscando influenciar o oponente, na busca de atitudes e comportamentos desejáveis, por meio do convencimento trabalhado por palavras e símbolos. Mesmo que inconscientemente, o homem já utilizava a persuasão para o convencimento sem o uso da força e ela estava presente desde o início dos relacionamentos humanos, como o embrião dos conceitos que hoje chamamos de Operações Psicológicas e Comunicação Social. A propaganda é a grande ferramenta das Operações Psicológicas, pois ela procura incutir convicções no comportamento, tal como a decisão de lutar ou render-se.

3.4 A Propaganda e o Regime Totalitário

Bobbio, Matteucci e Pasquino (1998) definem que, em um dos seus possíveis sentidos, autoritarismo indica uma situação na qual as decisões são determinadas do alto, sem a participação ou a concordância dos subordinados. Dessa forma, o autoritarismo declara um direito de uma autoridade que não se sustenta no crédito dos subordinados. É uma maneira de autoritarismo desejar uma submissão absoluta quando os subordinados desejam questionar o teor das ordens recebidas. Então, autoritarismo acontece todas as vezes que se instaura o poder estabelecido como legítimo, por quem o tem, mas que não é mais reconhecido por quem a ele está subordinado. E essa condição aumenta se o possuidor do poder apela à força, ou a outros aparelhos de poder para alcançar a submissão absoluta que não obtém mais na base da crença na legitimidade.

O Regime Totalitário¹⁶ é o somatório de seis pontos: uma ideologia oficial que todos os membros da sociedade devem acatar; um sistema de terrorismo policial que apoia e ao mesmo tempo controla o partido; um monopólio quase absoluto nas mãos do partido da direção de todos os meios de comunicação de massa; um monopólio absoluto nas mãos do partido de todos os instrumentos da luta armada; um controle e uma direção central de toda a economia; e

Um partido único de massa dirigido tipicamente por um ditador, estruturado de uma forma hierárquica, com uma posição de superioridade ou de mistura com a organização burocrática do Estado, composto por pequena percentagem da população, onde uma parte nutre apaixonada e inabalável fé na ideologia e está disposta a qualquer atividade para propagá-la e atuá-la (BOBBIO, MATTEUCCI e PASQUINO, 1998, p. 1249).

A combinação hábil de propaganda e de terror, tornada possível pelo uso da ciência e da coordenação da massa, adjudica aos regimes totalitários uma força de penetração e de mobilização da sociedade incomparável.

¹⁶ Carl Joachim Friedrich (1901-1984) e Zbigniew Kazimierz Brzezinski (1928-2017) definiram como regimes totalitários, além do regime nazista e soviético, o regime fascista italiano, o regime comunista chinês e os regimes comunistas do Leste europeu (BOBBIO, MATTEUCCI e PASQUINO, 1998, p. 1.249).

4 A REVOLUÇÃO CULTURAL CHINESA

De acordo com Chen e Culbertson (2003), não há unanimidade sobre a terminologia da cultura, pelo menos as definições do termo na literatura. A cultura basicamente inclui um padrão estável e complexo de crenças sobre o que é certo e o que é importante. Essas crenças ajudam a moldar o comportamento e o pensamento em muitas áreas.

A cultura tradicional chinesa procurava a concordância entre o homem e o universo, e destacava a ética e a moral do indivíduo. Era baseada na fé, pelas práticas do confucionismo, budismo e taoísmo. Portanto, ela proporcionou ao povo chinês, tolerância, melhoria social, proteção à moralidade humana e crença adequada (THE EPOCH TIMES, 2017).

Desde que chegou ao poder em 1949, o PCC se dedicou a destruir a cultura tradicional da China. Essa intenção, veio da oposição ideológica do PCC a ela. Desse modo, a destruição da cultura chinesa pelo PCC foi esboçada, organizada, sistematizada e apoiada pelo uso da violência do Estado. O PCC nunca cessou de revolucionar a cultura chinesa com o intuito de destruí-la completamente. Essas perseguições acarretaram consequências catastróficas para a China, pois as pessoas não somente perderam suas coordenadas morais, como também foram doutrinadas à força pelas teorias do PCC (THE EPOCH TIMES, 2017).

Esse ataque direto à moralidade chinesa e destruição da base de paz e a harmonia na sociedade foram relevantes para que a Revolução Cultural fosse instaurada. Neste capítulo, inicialmente, serão abordados os antecedentes históricos para entendimento das causas da Revolução Cultural, e posteriormente, serão discutidos seus objetivos e suas consequências na sociedade da chinesa.

4.1 Antecedentes Históricos

O império chinês chegou ao fim em 1911, com a primeira revolução chinesa. Após o breve governo de Sun Yat-Sem¹⁷ (1866-1925), considerado o pai da república, o país mergulhou em um período de guerras entre Partido Nacionalista Chinês, o Kuomintang (KMT), de Chiang Kaishek¹⁸ (1887-1975) e o Partido Comunista Chinês (PCC) de Mao Tsé-tung. Chiang Kaishek estabeleceu seu regime em Pequim e se voltou contra os comunistas, primeiramente nas cidades e, depois na Longa Marcha (1934-1935), que foi a fuga do exército do PCC, à perseguição do KMT (MAGNOLI, 2010).

Aproveitando-se da guerra entre nacionalistas e comunistas, o Japão, que já tinha ocupado em 1931 as ricas províncias da Manchúria, em 1937, invadiu Pequim, Xangai e finalmente Nanquim. Era necessário que comunistas e nacionalistas se unissem para combater o invasor. Stálin¹⁹ (1878-1953) pressionou para que o PCC se aliasse ao KMT. Mao definiu uma política flexível de aliança com luta e propôs a Chiang Kaishek interromper a guerra civil e formar uma frente nacional contra o invasor estrangeiro (PEREIRA, 1966).

Após a rendição japonesa em 1945, o PCC atacou o governo KMT com acusações de que o KMT traiu o país por não lutar contra o Japão. E no momento mais crítico da calamidade nacional, ele incitou o povo para que se opusesse contra o governo KMT.

O fato é que ao começar a guerra de resistência contra o Japão, os comunistas contavam apenas com uma base de apoio e um pequeno exército de 40 mil homens. Ao terminar, tinham criado 19 bases – no norte, centro e sul do país – e o Exército Vermelho já recrutara 400 mil homens. Além disso, tinham ganhado o apoio da população, pois em todas as regiões sob seu controle introduziam reformas e procuravam melhorar as condições de vida do povo (PEREIRA, 1966 p. 11).

¹⁷ Sun Yat-Sem foi o líder do Kuomintang e ficou conhecido como o pai da China moderna. Influente na derrubada da dinastia Qing, ele serviu como o primeiro presidente da República da China (1911-12) e mais tarde como governante de fato (1923-1925). Disponível em: <<https://www.britannica.com/biography/Sun-Yat-sen>>. Acesso em: 21 jul. 2018.

¹⁸ Chiang Kaishek foi um soldado e estadista, chefe do governo nacionalista na China de 1928 a 1949, e posteriormente chefe do governo nacionalista chinês no exílio em Taiwan. Disponível em: <<https://www.britannica.com/biography/Chiang-Kai-shek>>. Acesso em: 21 jul. 2018.

¹⁹ Josef Stálin era o então secretário-geral do Partido Comunista da ex-União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (MAGNOLI, 2004, p. 138).

Consequentemente, os comunistas ganharam o apoio da população, pois em todas as regiões sob seu controle introduziam reformas e buscavam melhorar as condições de vida do povo. Foi tentado um acordo entre nacionalistas e comunistas, mas terminou em fracasso. Em 1946, o KMT retorna triunfalmente a Nanquim. Ao fim do mesmo ano, recomeça a guerra civil (PEREIRA, 1966). A guerra civil travada entre os exércitos dos generais (KMT) e o exército vermelho de camponeses, sob a liderança de Mao Tsé-tung, culminou, na derrota e fuga das tropas de Chiang Kaishek para a ilha de Taiwan, enquanto estabeleceu-se a República Popular da China no continente (RATTNER, 2009).

Mao pensara em construir rapidamente uma nova China. Vinte e dois anos de guerra desordenaram a economia chinesa e arruinaram o país. Milhares de pessoas morriam de fome e frio nas principais cidades da China. Para sanar tantos males, a China tinha apenas seus recursos naturais e sua população imensa. Seria necessário aumentar a produção agrícola e apressar a industrialização do país. O grande problema é que, naquele momento, a China era formada por centenas de milhões de pessoas, em sua maioria, camponeses analfabetos que teriam que sobreviver à base de um punhado de arroz como alimentação diária. Coube ao governo dar ao seu comunismo um embasamento muito mais nacional do que de classe. Todos os chineses foram chamados para constituírem uma ampla frente pela reconstrução da Grande China. Muitos capitalistas nacionais retornaram do exílio e assumiram a direção de fábricas (RATTNER, 2009). Cientistas chineses retornaram da Europa, da ex-União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (ex-URSS) e dos Estados Unidos da América (EUA) e, muitos deles tomariam parte do projeto nuclear chinês. Mesmo arrasada por tantos anos de guerra, pelo bloqueio político, econômico e militar das potências imperialistas e com as intimidações sofridas durante a Guerra da Coreia (1950-1953), a China foi hábil em se reconstruir e garantir, num primeiro momento, os direitos humanos fundamentais de alimentação, habitação, educação e saúde para a maior parte do povo chinês (POMAR, 2009).

Em fins de 1952, os comunistas chineses avaliaram a situação como satisfatória para disseminar seu Primeiro Plano Quinquenal, mas ele não deu os resultados esperados. Para conservar a soberania e avançar em suas propostas de ingressar numa sociedade socialista, a China precisava desenvolver suas forças produtivas de maneira acelerada e urgente, e a saída era investir na industrialização do país. Entretanto, houve desequilíbrios entre a indústria pesada, a agricultura e a indústria leve. Nas zonas rurais renasceu um grande conflito de classes entre camponeses pobres e camponeses ricos, tendo como alvo o uso da terra dominada pelos mais ricos. Dessa forma, os camponeses pobres dominaram os camponeses ricos, igualando todos por baixo (POMAR, 2009). A população prosseguiu crescendo e a fome coletiva continuou a ser uma ameaça. Internacionalmente, a China não furou o bloqueio diplomático, econômico e militar liderado pelos EUA (RATTNER, 2009).

Em 1956, a relação sino soviética²⁰ começou a sofrer uma transformação sutil. Pequim não se agradou da *desestalinização*²¹ promovida por Moscou.

Em 1958 foi lançado o ousado Segundo Plano Quinquenal. O alvo era fazer da China, em cinco anos, uma grande potência socialista. Esse plano foi chamado de: O Grande Salto Adiante. Iniciaram-se a campanha do aço e o plano das comunas populares. Panfletos, cartazes, alto-falantes, jornais, comícios e, sobretudo as palavras de Mao atiraram uma China doente por reformas. Moscou assustou-se com a provocação chinesa (PEREIRA, 1966).

Em 1960, Krushev (1894-1971)²² interrompeu todo o apoio econômico à China e ordenou a saída de todos os seus especialistas estabelecidos na China. Paralelamente, grandes secas e enchentes submergiram o país a uma crise sem equivalência. Mao utilizou todo o seu prestígio e firme liderança pessoal para impedir a divisão interna e uma catástrofe maior.

²⁰ Relações entre a China e a ex-URSS.

²¹ Refere-se ao movimento socialista ocorrido no campo político soviético, caracterizado pela de eliminação do culto da personalidade e do sistema político stalinista criado pelo líder soviético Josef Stalin. Disponível em: <<https://www.britannica.com/event/de-Stalinization>>. Acesso em: 21 jul. 2018.

²² Nikita Khrushchev foi primeiro-secretário do Partido Comunista da União Soviética (1953-1964) e primeiro-ministro da ex-URSS (1958-1964) cuja política de desestalinização teve repercussões generalizadas em todo o mundo comunista. Disponível em: <<https://www.britannica.com/biography/Nikita-Sergeyevich-Khrushchev>>. Acesso em: 21 jul. 2018.

Buscou desesperadamente doutrinar o povo a contar somente com suas próprias forças e a rebater o isolamento com um orgulho agressivo. Todos foram convocados a lutar contra o imperialismo estadunidense e a atitude soviética. Os participantes do governo e ativistas do PCC foram deslocados para ajudarem a edificar represas, restaurar pontes e abrir estradas. Os estudantes foram para os campos e para as fábricas. O Exército deixou as armas e foi se juntar aos camponeses, operários e mineiros. Ainda assim, o Segundo Plano Quinquenal fracassou. A situação foi tão crítica que para 1962-1966 não é aprovado outro plano quinquenal (RATTNER, 2009).

Em 1962 a crise entre Pequim e Moscou acabou sendo consumada, quando o PCC declarou abertamente que o Partido Comunista da União Soviética (PCUS) exercitava um socialismo de caráter revisionista²³. A denúncia indicava que os soviéticos desvirtuavam as doutrinas socialistas em benefício de ações que não combinavam com as dos grandes pensadores socialistas. Autêntica ou não, a denúncia acabou servindo de justificativa para que as relações entre os países fossem rompidas (BARNETT, 1963).

Segundo Barnett (1963), apesar de todas as dificuldades, os comunistas chineses estavam longe de uma crise política interna e que um dos aspectos mais admiráveis do regime comunista nesses últimos anos tinha sido a habilidade em evitar o aparecimento de graves cismas interno.

Em 1964 apareceram os primeiros sinais de recuperação. A produção agrícola voltou a crescer e a situação industrial foi parcialmente normalizada. Por fim, a China explodiu sua primeira bomba atômica.

Os movimentos massivos expressaram apenas as tentativas conflitantes de desenvolver as forças produtivas, com ou sem a participação da burguesia e de formas capitalistas de propriedade. Nos primeiros trinta anos, Mao e seus líderes revolucionários

²³ O termo revisionismo significava para a China o abandono de qualquer dinâmica revolucionária seguida pela ex-URSS, os partidos comunistas que dependiam dela e um grande número de quadros do PCC (BADIOU, 2012).

buscaram constituir a autoridade do governo e criarem um aparelhamento institucional apto a governar uma grande massa, habitando num imenso território. A solidificação do poder interno levou trinta anos durante os quais a China ficou isolada do mundo, com poucas relações comerciais e diplomáticas.

4.2 A Revolução Cultural

Durante o tempo em que esteve no comando, Mao Tsé-tung buscou alterar de maneira drástica a sociedade chinesa com a coletivização forçada de fazendas e diversos experimentos sociais e econômicos. Obviamente, ele tinha medo de que uma burocracia reacionária estivesse ganhando o controle no início até a metade da década de 1960, sob o comando de Liu Shaoqi²⁴ (CHEN e CULBERTSON, 2003). Além disso, Mao havia feito alguns avanços em sua tentativa de modificar todos os aspectos da vida em algo político e de suprimir a cultura, mas o efeito estava bem longe de lhe satisfazer. Ele estava sujeito a máquina do partido para executarem suas ordens e grande parte tinha ressalvas em relação a suas políticas. Poucos observavam com bons olhos uma vida sem entretenimento ou cor. Mao achava que a grande maioria obedecia muito vagarosamente (CHANG e HALLIDAY, 2005).

A China em 1966 possuía 770 milhões de pessoas, o que representava um quarto da população mundial. Era o segundo Estado socialista do mundo e possuía uma bomba atômica. Existia uma ligação intrínseca entre o PCC e as Forças Armadas de modo que não se sabia se era o “partido que controla os fuzis ou são os fuzis que mandam no partido” (PEREIRA, 1966, p. 15).

²⁴ Liu Shaoqi foi presidente da República Popular da China (1959– 68) e principal teórico do PCC. Foi considerado o herdeiro de Mao Tsé-tung até ser expurgado no final da década de 1960. Liu foi ativo no movimento trabalhista chinês desde seu início, e ele foi influente na formulação de estratégia partidária e, mais tarde, governamental. Ele desempenhou um papel importante nas relações exteriores da China depois que os comunistas ganharam o controle do país. Disponível em: <<https://www.britannica.com/biography/Liu-Shaoqi>>. Acesso em: 21 jul. 2018.

Em maio de 1966, Mao redigiu uma circular apontando que havia duas linhas no PCC e conclamou as massas a denunciarem os partidários do capitalismo que ocupavam altos postos. Cartazes, conforme apresentado no ANEXO B, e manifestações de massa se multiplicaram pela China, ameaçando a muitos (SADER, 1982).

Em junho, Mao intensificou a terror na sociedade. Sua primeira ferramenta de terror foram os jovens estudantes das escolas e universidades. Eles receberam a mensagem de condenação de seus professores e dos educadores por intoxicar suas mentes com ideias burguesas. A mensagem foi publicada na primeira página do Diário do Povo e repetida sem cessar no rádio e em alto-falantes, criando um clima hostil em toda a China (CHANG e HALLIDAY, 2005).

Então, em agosto, teve início a Revolução Cultural, que segundo Suyin (1968), envolveu uma campanha psicológica e política maciça para remodelar a motivação e a moralidade socialista (ANEXO C).

Por meio de cartazes e panfletos, conforme ANEXO D, muitos intelectuais e antigos oficiais do governo foram qualificados como contrários a Revolução. Em pouco tempo, as prisões em Pequim estavam cheias. As massas revolucionárias invadiram as escolas e saquearam casas (YIWU, 2011).

Com a Revolução Cultural lançada, Mao desencadeia uma guerra civil dissimulada, ao longo da qual os Guardas Vermelhos²⁵ destroem, humilham, lincham e assassinam (PANNÉ, PACZKOWSKI e BARTOSEK, 1999). O Livro Vermelho de Mao ganha destaque e frases como “a guerra revolucionária é uma guerra de massas; ela só pode ser realizada mobilizando-se as massas e apoiando-se nelas” (TSÉ-TUNG, 2002, p. 10) são difundidas por toda a China.

²⁵ Os Guardas Vermelhos eram os jovens comunistas, que influenciados por Mao, agiam com violência desacatando diplomatas, invadindo igrejas, intimidando e espancando os burgueses e revisionistas e proibindo cortes de cabelos ocidentais e roupas apertadas (PEREIRA, 1966).

4.3 Os Objetivos da Revolução Cultural

Os resultados das pesquisas realizadas neste trabalho concluíram que a Revolução Cultural, iniciada por Mao, foi um enorme experimento sociopolítico, e que não existe na literatura pesquisada uma convergência exata dos objetivos, pois eles foram percebidos de maneiras diferente ao longo do tempo e na visão de cada estudioso.

Um exemplo de mudança de percepção ao longo do tempo foi a da médica e escritora chinesa, Han Suyin (1917-2012). Em 1968, ela afirmava que a Revolução Cultural visava remodelar a motivação e a moralidade socialista, além de eliminar radicalmente as autoridades burguesas e os estereótipos estrangeiros (SUYIN, 1968). Já em 1976, ela descreve que os objetivos da Revolução Cultural foram parar o desenvolvimento de uma nova elite intelectual, assegurar que o governo da China servisse aos interesses das amplas massas e garantir que a vida política e cultural fosse moldada pela participação plena, ativa e bem informada dos trabalhadores e camponeses (SUYIN, 1976).

Pereira (1966), escrevendo no ano que se iniciou a Revolução Cultural, tinha a percepção que ela poderia ser a mobilização psicológica para o que os chineses já estavam proclamando como um Novo Salto Adiante (PEREIRA, 1966).

Já de acordo com Chang e Halliday (2005), a Revolução Cultural aconteceu porque Mao não estava satisfeito com o atual sistema que ele mesmo implantou, além de usar a Revolução Cultural como um pretexto para eliminar alguns opositores. Mao tinha em mente uma coletividade completamente árida, destituída de cultura, privada de aspectos das emoções humanas, habitada por um rebanho sem sentimentos e, que obedeceria automaticamente às suas ordens. Ele queria a morte intelectual da nação.

Panné, Paczkowski e Bartosek (1999) relatam a ideia de um genocídio cultural e religioso.

O Editorial *The Epoch Times* (2017), com uma visão mais ocidental, coloca que o objetivo era estabelecer o comunismo como uma e a única religião dominante em toda a China, controlando não somente o Estado, mas a mente de cada indivíduo. Ele ainda afirma que o PCC instigou a violência fazendo com que um grupo aniquilasse o outro, sem que se desse autoridade a nenhuma classe. Mesmo que um indivíduo fosse da classe operária ou camponesa, duas classes em que o PCC confiou no passado, se sua visão discordasse do ponto de vista do PCC, sua vida estaria em perigo.

Bobbio, Matteucci e Pasquino (1998) afirmam que a Revolução Cultural havia de ser justamente explicada como a tentativa de impedir a burocratização da sociedade chinesa e de lhe devolver o ímpeto revolucionário. Pomar (2009) deduz que o objetivo era levar até o limite a socialização da propriedade, do banimento do mercado, e da participação democrática direta das massas no poder. E por fim, Magnoli (2010) conclui que a Revolução Cultural satisfaz a clara radicalização política e as intensas divisões nas cúpulas comunistas. Denunciados como direitistas e revisionistas, os dirigentes moderados do PCC passaram a ser alvos de campanhas de desmoralização e expurgos (ANEXO D).

Todos os objetivos ora mencionados, estão relacionados e se complementam, ajudando a explicar o que foi a Revolução Cultural, e levando a uma análise e reflexão de como estratégias de persuasão e ações psicológicas foram utilizadas para alcançá-los.

4.4 As Consequências da Revolução Cultural

Em 1971, a eliminação violenta e sem explicações de Lin Biao²⁶ (1907-1971), sucessor empossado pelo próprio Mao, levou seus seguidores a refletirem. Definitivamente, o

²⁶ Lin Biao (1907-1971), um dos importantes líderes do PCC, foi vice-presidente (1958) e Ministro da Defesa (1959). Lin é considerado o arquiteto da Revolução Cultural da China. Ele foi designado sucessor de Mao em 1966, mas perdeu seu favoritismo em 1970. Pressentindo sua queda, Lin se envolveu numa tentativa de golpe e durante sua tentativa de fuga, seu avião caiu, resultando em sua morte (THE EPOCH TIMES, 2017, p.101).

Timoneiro deixou de ser infalível. Os partidários continuaram a dissimular a fidelidade ao chefe, mas internamente, se preparavam para um despertar da sociedade civil (CHANG e HALLIDAY, 2005). A China foi inundada de violências, de campanhas e de slogans. A Revolução Cultural fracassava no alcance pleno dos seus objetivos e acabava por separar do regime grande parte da população urbana, particularmente os jovens, que se sentiram traídos na proporção de suas enormes expectativas (PANNÉ, PACZKOWSKI e BARTOSEK, 1999).

Com a morte de Mao Tsé-tung, em 1976, a Revolução Cultural chegou ao fim, porém, ao término desses dez anos, ela deixou mudanças profundas na China. Durante esse período, ela garantiu que não houvesse mais a ressurreição da cultura. Graças em parte a ela, durante uma década, os livros antigos foram banidos e todos os livros novos de interesse geral, publicados, traziam citações de Mao, em negrito, página sim, página não. Havia pinturas e canções, mas todas tinham objetivos propagandísticos e louvavam Mao. Praticamente, os únicos exemplares de artes permitidos eram peças teatrais e filmes alinhados com o regime. A China tornou-se um deserto cultural (CHANG e HALLIDAY, 2005). Quando a nação recuperou a sanidade mental, os meios de comunicação começaram a florescer. Em um esforço para aumentar o número de leitores, ouvintes e telespectadores, eles tornaram-se mais animados e variados. A escrita também se tornou mais acessível e menos monótona. Até mesmo o Diário Popular, órgão oficial do PCC, quase triplicou as categorias de notícias cobertas e reduziu sua redação politizada sobre temas revolucionários, que o havia dominado durante toda a Revolução Cultural.

Em 1979, o líder supremo Deng Xiaoping²⁷ (1904-1997) convocou a abertura ao Ocidente e a modernização. Ao mesmo tempo, procurou assegurar o domínio político do PCC (CHEN e CULBERTSON, 2003).

²⁷ Deng Xiaoping foi um líder comunista chinês, que era a figura mais poderosa a República Popular da China do final dos anos 1970 até sua morte em 1997. Ele abandonou muitas doutrinas comunistas ortodoxas e tentou incorporar elementos do sistema de livre iniciativa e outras reformas na economia chinesa. Disponível em: <<https://www.britannica.com/biography/Deng-Xiaoping>>. Acesso em: 21 jul. 2018.

5 ANÁLISE DAS CAMPANHAS DA REVOLUÇÃO CULTURAL

A transformação socialista, um empreendimento titânico que cobre mais de quinhentos milhões de camponeses, não é possível em uma atmosfera de calma; demandas de nós, os comunistas, um trabalho de propaganda e educação paciente, animado e acessível entre as grandes massas camponesas, que ainda carregam os fardos do velho sistema (TSÉ-TUNG, 1972, p. 50).

A máquina de propaganda comunista era eficaz. De acordo com Chang e Halliday (2005), Mao tinha enorme sucesso na disseminação da mentira. Ele sabia muito bem em como vender o ponto de vista comunista em torno de qualquer assunto ou situação.

Segundo Shambaugh (2007), os comunistas chineses aprenderam muito com os métodos de propaganda dos estados soviéticos e nazistas, e de outros Estados totalitários. Também se basearam nas experiências dos governos imperial e nacionalista chinês. O sistema de propaganda comunista chinês era focado na doutrinação e mobilização de massa e se tornou um mecanismo chave para os esforços de Mao e do PCC para transformar a sociedade chinesa. Mao era um mestre propagandista por direito próprio, e ele e seu regime usaram uma variedade de técnicas de controle do pensamento durante todo o seu governo, que incluíam campanhas de mobilização em massa; a construção de modelos a serem seguidos; a criação de grupos de estudo e monitores ideológicos em toda a sociedade; encarceramento com o propósito de lavagem cerebral; a promulgação de um fluxo constante de documentos a serem memorizados; controle do assunto a ser ensinado em todo o sistema educacional; controle do conteúdo de artigos de jornais e editoriais; desenvolvimento de um sistema nacional de alto-falantes que chegava a todos os bairros e aldeias; dominação dos meios de transmissão; o uso de equipes de propaganda para doutrinar segmentos específicos da população; e outros métodos.

Em seu famoso discurso, sobre a maneira certa de tratar as contradições do povo, conhecido sob o título “Que Mil Flores Floresçam”, Mao não fez uma declaração de liberdade, mas reconheceu as contradições entre as classes, e entre o povo e o governo

comunista. A maneira de lidar com os opositores era um complexo método de adequação e readequação dos espíritos, ao qual visivelmente quase toda a população estava sujeita (ARENDETT, 2012).

Baseado nas teorias e métodos já discutidos nos capítulos anteriores, serão objetos de estudo deste capítulo as análises das campanhas propagandistas, entendida como ações psicológicas do regime totalitário chinês, utilizadas por Mao Tsé-tung e o PCC, durante a Revolução Cultural, apontando seus objetivos e verificando se sua aplicação estava ou não fundamentada nas teorias de comunicação de massas.

5.1 A Aplicação das Teorias de Lasswell

Inicialmente, será verificado aspectos da sociedade chinesa para entendimento do comportamento da grande massa. É fato, conforme já estudo no capítulo 2 deste trabalho, que a massa é composta por indivíduos possuidores de uma espécie de alma coletiva, que os faz sentir, pensar e agir de forma diferente do que quando está isolado, e que a quebra de laços sociais faz com que esses indivíduos entrem em um estado de confusão. Os ataques constantes promovidos pelo PCC à cultura tradicional chinesa, fez com que ao longo do tempo, os indivíduos perdessem suas coordenadas morais, os tornando massas, suscetíveis a doutrinação e manipulação.

A Teoria Hipodérmica define que o homem é resultado dos estímulos que recebe, mas essa teoria visualiza o receptor com uma postura passiva, sem reação. A grande doutrinação do PCC ao longo dos anos, tornou a China uma sociedade de massa. Dessa forma, segundo a análise deste autor, a Teoria Hipodérmica foi aplicada na China, porém serão abordados outros aspectos para serem confrontados com as demais teorias estudadas.

Quanto ao Modelo de Lasswell, é importante responder as perguntas: Quem? Claramente foi o PCC, tendo como figura central Mao, que buscou promover um levante dos camponeses e soldados, para alcançar seus objetivos. Diz o quê? Mensagens massivas de cunho político doutrinário. Em que canal? Foram utilizados diversos canais, como, panfletos, discursos repetidos exaustivamente em alto-falantes nas ruas e aldeias, no teatro, cinema e publicações, mas o principal foram os cartazes, também conhecidos como *dazibaos*. Eles eram grandes e com desenhos expressivos e coloridos. Foram muito utilizados pelo seu grande alcance, pois grande parte da população era composta de analfabetos. Para quem? Para alcançar toda a população, principalmente os camponeses e soldados, na sua maioria analfabetos, assim como estudantes crescidos na doutrinação comunista. Com que efeito? Conforme atesta Bezerra (1986), a intenção era conseguir uma unidade de pensamento e sentimento no povo chinês.

De maneira contínua, serão analisadas as ações psicológicas, visto que eram ações realizadas em favor do seu próprio povo, de acordo com os conteúdos e os efeitos gerados, Será efetuada a análise de relações das campanhas com as Estratégias Teóricas para a Persuasão.

5.2 As Estratégias de Persuasão Aplicadas nas Campanhas da Revolução Cultural

Suyin (1968) afirma que existiram várias campanhas e movimentos envolvendo toda a população, com uma amplitude que varria incessantemente a China. Tais movimentos ideológicos começavam muitas vezes, discretamente, por um cartaz colocado numa instituição, e tal ação desencadeava a participação da massa até todas as pessoas estarem envolvidas. Os *dazibaos* chamavam a atenção até mesmos das crianças e por isso constituíam

uma grande força de politização. Sua existência era defendida pela própria Constituição da China, que via neles uma arma contra os desvios políticos dos dirigentes da China.

O PCC criou um estilo próprio de linguagem e discurso, como a linguagem abusiva nas censuras de massa e as palavras de bajulação em louvor ao a ele próprio. Em vez de pensar de maneira calma e com objetivos, as massas eram levadas a falar inconscientemente, empregando a linguagem dominante, impregnada e moldada com pensamentos que promoviam o conceito da luta de classe e que exaltavam o Partido. O PCC também abusou do vocabulário religioso e distorceu o conteúdo dos termos (THE EPOCH TIMES, 2017).

5.2.1 As Campanhas das Lutas de Classes e Uso da Violência

Para Mao, a modificação da sociedade rural chinesa não poderia acontecer mediante um desenvolvimento pacífico, uma vez que a coação aguda praticada sobre os camponeses pobres pelos proprietários de terras, por meio das milícias patronais e o controle mantido pelos órgãos do poder local, excluía algumas expectativas de desenvolvimento democrático. A luta de classe na China só podia, portanto, ser uma luta de classe armada, como, aliás, sempre acontecera durante as tradicionais revoltas camponesas (BOBBIO, MATTEUCCI e PASQUINO, 1998).

Luta de classes, umas classes triunfam e outras são eliminadas. Assim é a história, assim é a história da civilização, desde há milhares de anos. Interpretar a partir desse ponto de vista é materialismo histórico; sustentar o ponto de vista contrário é idealismo histórico (TSÉ-TUNG, 2002, p. 5).

Uma campanha gigantesca, segundo Chang e Halliday (2005), foi a chamada Luta de Classes. O objetivo dessa campanha era fazer um inventário de todos os inimigos de classe da população e impor-lhes punições variadas, chegando até a execução.

Durante a Revolução Cultural, a teoria de classe era aplicada a espancamentos. Os maus mereciam ser espancados pelos bons. Era inconcebível que uma pessoa boa batesse em outra pessoa boa. Essa teoria, inventada por Mao, foi amplamente divulgada nos movimentos rebeldes. A violência e a matança foram se difundindo, seguindo a lógica de que inimigos de classe mereciam qualquer violência contra eles. Os maiores massacres e violência durante a Revolução Cultural foram todos instigados e instruídos diretamente pelos líderes do PCC que incentivavam e usavam a violência para perseguir e matar cidadãos (THE EPOCH TIMES, 2017).

A estratégia psicodinâmica de persuasão utilizou dos meios de comunicação para alterar o comportamento da massa. Notoriamente as pessoas ficaram mais violentas, levando-as a aceitarem as lutas. Segundo o *The Epoch Times* (2017), Mao afirmava que a China não poderia funcionar sem luta e que mesmo que morresse a metade da população, a outra metade reconstruiria o país. A crueldade às classes inimigas era exaltada como uma virtude. O PCC ensinava a massa a se agarrar ao seu ódio, mastigá-lo e o engolir. A doutrinação realizada pelo PCC, por meio da teoria de classes, utilizou a estratégia sociocultural para tornar a luta como algo comum e alterou a definição dos comportamentos sociais. Cartazes propagandistas, exemplificados no ANEXO E, foram utilizados como estratégia de construção de significados onde a luta violenta tinha o mesmo significado de uma luta política.

5.2.2 A Campanha de Manipulação das Massas contra o Inimigo Externo

Quando a Revolução Cultural começou, Mao intensificou sua campanha para ser o líder da revolução mundial e queria fazer os britânicos ficarem de joelhos para os fazerem pedir publicamente uma rendição incondicional. Os tumultos esquerdistas de 1967 em Hong Kong foram distúrbios em grande escala entre os pró-comunistas e seus simpatizantes, e a

elite social, econômica e política do país. Eles tiveram origem em uma pequena disputa trabalhista, e se transformaram em manifestações em larga escala contra o domínio colonial britânico. Pequim aproveitou e solicitou aos radicais de Hong Kong a aumentarem a violência. Para estimulá-los, Pequim deu a entender publicamente que poderia tomar a colônia de volta antes que o contrato de aluguel expirasse, em 1997.

A intenção real de Mao era que Hong Kong continuasse a mesma, sob domínio britânico. Ele queria somente gerar violência suficiente para provocar represálias e, depois, a submissão dos ingleses, mas não tanta violência que pudesse o levar a ter de tomar Hong Kong de volta antes do tempo. Depois de dois meses e 160 incidentes, a esperança de Mao de ver o Reino Unido se ajoelhar caiu por terra. Frustrado, apelou para o vandalismo em seu próprio território (CHANG e HALLIDAY, 2005).

Nessa campanha, Mao primeiramente utiliza a estratégia psicodinâmica para alterar as crenças entre os pró-comunistas de Hong Kong, utilizando como estímulo o sofrimento recebido durante o domínio colonial. Ele altera os conceitos sociais, levando até mesmo ao levante contra as autoridades policiais (CHANG e HALLIDAY, 2005). Na estratégia de construção de significados, o ANEXO F mostra como a propaganda coloca o domínio britânico pequeno e assustado, criando assim no povo chinês e nos pró-comunistas a motivação e confiança para o levante em Hong Kong.

5.2.3 A Campanha da Erradicação dos Quatro Velhos

A Revolução Cultural trouxe catástrofes culturais com a campanha da Erradicação dos Quatro Velhos (velhas ideias, velha cultura, velhos costumes e velhos hábitos). Na realidade, ela revolucionou a cultura chinesa de uma maneira destrutiva.

O ardor impetuoso de Erradicar os Quatro Velhos incendiou toda a China. Considerados como objetos do capitalismo, os templos budistas e taoístas, locais históricos e pitorescos, escrita, pinturas e antiguidades viraram os principais alvos a serem aniquilados. Muitos livros, relíquias, manuscritos e pinturas das coletâneas dos intelectuais foram convertidos em chamas ou em papel para lixo. Os Guardas Vermelhos seguiram atentamente as ordens de Mao (THE EPOCH TIMES, 2017).

Ao incentivar a erradicação das ideias, cultura, costume e hábitos, o PCC buscou enfraquecer os laços tradicionais, conforme visto no capítulo 2 deste estudo, e assim contribuir para atenuar o elo da sociedade e criar uma demência na massa. Portanto, conclui-se inicialmente, que o objetivo era realmente tornar a massa como objeto a ser manipulado.

Quanto à alteração do funcionamento psicológico, podemos afirmar que os Guardas Vermelhos doutrinados por Mao, acreditavam piamente que a destruição da cultura era fundamental para a implantação do comunismo, da mesma forma, essa campanha é observada como uma desconstrução sociocultural. A construção do significado é retratada por meio de *dazibaos*, conforme ANEXO G, onde os laços culturais são estimulados a serem quebrados.

5.2.4 A Campanha do Pequeno Livro Vermelho como Inspiração Ideológica

O Pequeno Livro Vermelho ou Livro Vermelho entusiasmou milhões de pessoas na China e era considerado pelos chineses a verdade. As pessoas podiam morrer por ele. Ele é uma coletânea de máximas e dissertações sobre a guerra, a política, a organização do estado socialista, literatura e a arte. O Livro Vermelho expressa com objetividade a linha de raciocínio de Mao Tsé-tung, sua elevação intelectual, a forma com que controlava a China e mantinha o PCC, o povo e o exército estimulados com a revolução (TSÉ-TUNG, 2002).

O Livro Vermelho era lido por intelectuais e estudantes. Chang e Halliday (2005) relatam que o Livro Vermelho era pequeno e encadernado em uma capa de plástico vermelha para que as pessoas pudessem sempre carregá-lo e empunhá-lo em todas as ocasiões públicas. Suas palavras eram recitadas diariamente. Um bom Guarda Vermelho raramente lia qualquer outra coisa. Durante a Revolução Cultural, o Livro Vermelho era estudado não somente nas escolas, mas também era exigida a sua leitura no trabalho. Todos os âmbitos da sociedade e os setores militares, organizavam sessões de leitura durante várias horas por dia. Se imprimia mais cópias do livro, do que o número de habitantes da China.

O Livro Vermelho foi o maior instrumento da propaganda na China. Era comum nos *dazibaos*, conforme demonstrado no ANEXO H, as figuras de pessoas empunhando os seus livros vermelhos, assim como incentivando a sua leitura. O livro era tão eficiente que a maioria dos chineses podiam morrer por ele, ou seja, as estratégias de persuasão dessa campanha foram capazes de alterar o fator cognitivo, alterar o comportamento social e mudar atitudes com o seu significado.

5.2.5 A Campanha do Culto a Mao Tsé-tung e do Comunismo como Religião

A Revolução Cultural perpetrou o culto à personalidade de Mao Tsé-tung. Durante ela, todos na China praticavam uma espécie de cerimonial religioso: saudar o presidente Mao várias vezes ao dia desejando-lhe vida-longa, e dirigir rezas políticas ao alvorecer e ao anoitecer todos os dias. Apenas um deus (Mao) era admitido que fosse idolatrado. Rapidamente, o procedimento de produzir um deus desenvolveu-se de modo que os indivíduos não compravam comida se elas não proferissem uma citação ou não fizessem um agradecimento a Mao. Nesses ritos de exortação, os indivíduos ou eram fanáticos ou cínicos, e nos dois, os eventos eram controlados pelo fantasma maléfico do comunismo.

Produzir, acolher e acreditar em mentiras tornou-se o modo de vida da China (THE EPOCH TIMES, 2017). Nesse novo modo de vida, a adoração a Mao chegou a níveis doentios. Seu rosto estava quase sempre na capa do Diário do Povo, que ainda publicava uma coluna de suas menções todos os dias. Passaram a existir distintivos com seu rosto, sendo produzidos cerca de 4,8 bilhões. Imprimiram-se mais edições de seus livros e mais imagens suas do que o total de habitantes da China (CHANG e HALLIDAY, 2005). Segundo Chen e Culbertson (2003), essas campanhas do PCC, geralmente, incentivavam as pessoas a imitá-los. Essa campanha pressionou os chineses a acenarem o Pequeno Livro Vermelho, usar distintivos de Mao, cantar canções com suas citações e saudar seu retrato. Quando obtinham uma vitória, ela era celebrada cantando vivas ao grande líder dos povos do mundo. Cartazes de devoção a Mao, conforme os exemplificados no ANEXO I, espalharam-se por toda a China.

A finalidade era transformar o comunismo como uma e a única religião predominante em toda a China, controlando não simplesmente o Estado, mas o pensamento de cada indivíduo. O PCC iniciou uma perseguição impaciente à religião. Durante a Revolução Cultural, inúmeros santuários e conventos foram demolidos, e religiosos sofreram diversas humilhações (THE EPOCH TIMES, 2017).

A estratégia de persuasão psicodinâmica é bem evidente nessa campanha, pois as mensagens e ritos focaram em aspectos cognitivos e emocionais, levando com eficiência a mudança de comportamento. Com relação a estratégia sociocultural, as relações foram moldadas e a tentativa de se sobrepor a cultura e a religiões preexistentes, tornaram o ambiente propício para a mudança nas definições culturais, nas quais a conduta passou a ser adequada. Por fim, nessa campanha ainda observamos com clareza a construção de significados, demonstrado pelos símbolos adotados, como distintivos, imagens e a repetição de suas citações.

5.3 O Controle dos Meios de Comunicação

Durante a Revolução Cultural, os meios de comunicação chineses foram dizimados. Mao calou prováveis vozes da oposição e enviou jornalistas, assim como outros escritores e profissionais, para trabalharem nos campos. O número de revistas e jornais que deixaram de circular foi enorme (CHEN e CULBERTSON, 2003). Os meios de comunicação, que foram poupados, foram instigados a cantar louvores e a falarem coletivamente em apoio ao PCC (THE EPOCH TIMES, 2017). Outrossim, não havia como se divertir, pois quase não existiam livros, revistas, filmes, peças de teatro e ópera. Nada de música acelerada no rádio. Para distração, contava-se somente com as propagandas de Mao, que cantavam suas citações de música ruim e bailavam acenando o Pequeno Livro Vermelho (CHANG e HALLIDAY, 2005).

Existia uma única imprensa, a oficial, que veiculava apenas notícias e comentários considerados pelos dirigentes do PCC como do interesse para a população. O controle da comunicação era exercido também no rádio e na televisão (BEZERRA, 1986).

Os meios de comunicação são responsáveis pela redução, do distanciamento no tempo e do afastamento no espaço, sendo assim a estratégia utilizada para aproximar os indivíduos ao pensamento de Mao. Ao se controlar os meios de comunicação, os regimes totalitários, em nosso caso a China, repetem exaustivamente uma mensagem, atenuando os problemas de recepção.

O homem é resultado dos estímulos que recebe. Se tal estímulo (mensagem) não encontra resistência pelo indivíduo e após ser recebido, ele é aceito e espalhado entre todos os receptores. Então, eles serão manipulados e induzidos a agirem de uma determinada maneira, estipulada pelo emissor da mensagem. Assim, da mesma forma do que já se concluiu no início deste capítulo, a Teoria Hipodérmica comprovadamente foi aplicada na China.

6 CONCLUSÃO

Desde 1949, a China foi governada por um governo totalitário, tendo a sua frente o PCC, que, com diversas ações de doutrinação, recrutou a massa, fazendo-a agir com um comportamento único. A China possuía todas as características de governo de um regime totalitário. Entre essas características pode se citar o fato de possuir uma ideologia oficial que todos os membros da sociedade acatam, além do controle dos meios de comunicação, das armas e da economia, mas a característica principal era possuir um partido único de massa dirigido tipicamente por um ditador, Mao Tsé-tung. Desde então, especialmente durante a Revolução Cultural, Mao tornou-se objeto de um culto de personalidade sem precedentes.

No estudo das Operações Psicológicas, pode-se afirmar que elas utilizam de ações de propaganda e influenciam somente o comportamento dos indivíduos e das massas. Crenças e valores somente serão modificados utilizando estratégias de persuasão em longo prazo, assim como as realizadas pelo PCC. Logo, a propaganda é apenas uma parte das estratégias de persuasão. Utilizando a propaganda por um período considerável de tempo, poderá não somente alterar o comportamento, mas também crenças e valores.

O sistema de propaganda comunista chinês era focado na doutrinação e mobilização de massa e se tornou o mecanismo chave para os esforços de Mao e do PCC no desejo de transformar a sociedade chinesa. O PCC criou um estilo próprio de linguagens e discursos. Desta maneira, as massas iam sendo moldadas com os pensamentos do PCC, tornando se cada vez mais indivíduos sem resistência aos estímulos. Esses indivíduos eram manipulados e induzidos a agirem de uma determinada maneira, estipulada pelo emissor da mensagem. Ao controlar os meios de comunicação, o PCC repetia exaustivamente uma mensagem e assim atenuava os problemas de recepção.

Outro aspecto estudado, é que a comunicação depende da cultura de modo recíproco. Por esta razão que desde que assumiu o poder, o PCC procurou de forma intensa combater a cultura chinesa, baseada em religiões milenares, que balizavam os padrões da sociedade chinesa. Com os constantes ataques promovidos pelo PCC à cultura tradicional chinesa, ao longo do tempo, ele fez com que os indivíduos perdessem suas coordenadas morais, os tornando massas, suscetíveis a doutrinação e manipulação. Como para se comunicar com um público, é preciso compreender sua cultura, o PCC criou sua própria forma a cultura e assim podia mais facilmente persuadir a massa. Ao modificar as crenças e valores da sociedade chinesa, o PCC encontrou um campo fértil para semear sua ideologia. Ao utilizar a comunicação de massas de acordo com a sua ideologia, o PCC reproduzia sua mensagem para uma grande quantidade de indivíduos, com características similares e agindo de forma coletiva.

A Revolução Cultural teve vários objetivos e não é necessário enumerá-los todos para se justificar o entendimento das ações e estratégias de manipulação das massas. Durante uma década, foram mobilizados e despertados politicamente milhões de trabalhadores rurais, operários e estudantes, por meio de ações psicológicas, que foram respaldadas em estratégias de persuasão. A combinação de propaganda e de terror, graças à coordenação da massa pelo regime totalitário, se traduziu em uma força de penetração e de mobilização da sociedade sem precedentes. Ao se encerrar esse período, com a morte de Mao, a China experimentou consequências dentro da sua sociedade que ainda perdurariam por muitos anos.

Portanto, ao fim deste trabalho, pode se responder a questão proposta: em que medida as técnicas de comunicação de massa foram utilizadas na China, durante a Revolução Cultural? Foram demasiadamente utilizadas, e não apenas as teorias de Lasswell, mas principalmente as Estratégias de Persuasão. Seu uso foi indiscriminado e sem limites, pois ao exercer o controle dos meios de comunicação, o regime totalitário, efetivamente, impôs os

seus pensamentos a massa. Igualmente, foi também possível observar que a teoria culturológica não pôde ser avaliada devido ao processo de destruição cultural exercido pelo PCC.

É importante também salientar que as pesquisas não podem se limitar apenas às teorias apresentadas. É importante investigar a relação do que foi pesquisado com outras teorias de comunicação de massa, como a Teoria da Influência Seletiva e os Estudos dos Efeitos em Longo Prazo, podendo assim possibilitar outras descobertas.

Finalmente, tão importante quanto o que a presente análise conclui, é que se pode utilizar no emprego das Operações Psicológicas. Em regimes totalitários, elas terão um comportamento ambíguo, devido às mudanças de crenças e valores inseridas na sociedade, que estarão em conformidade com os interesses do Estado. Destarte, pode se concluir, que, em um regime totalitário, será mais fácil o emprego de ações psicológicas pelo próprio Estado, mas, por outro lado, se torna complexo o emprego da guerra psicológica por um Estado inimigo.

REFERÊNCIAS

- ARENDRT, H. *Origens do Totalitarismo*. Tradução de Roberto Raposo. São Paulo: Companhia das Letras, 2012. 565 p.
- BADIOU, A. *A Hipótese Comunista*. Tradução de Mariana Echalar. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2012. 152 p.
- BARNETT, A. D. *A China Comunista em Perspectiva*. Tradução de Waldemir Nogueira Araújo. 1. ed. Rio de Janeiro: GRD, 1963. 102 p.
- BARNETT, Frank R. LORD, Carnes. *Political warfare and psychological operations*. Washington DC: National Defense University Press, 1989. 229 p.
- BEZERRA, H. G. *A Revolução Chinesa*. 3. ed. Campinas: UNICAMP, 1986. 90 p.
- BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. *Dicionário de Política*. Tradução de Gaetano Lo Mônaco, João Ferreira, Luís Guerreiro Pinto Cacaís e Renzo Dini Carmen C. Varriale. 11. ed. Brasília: UnB, 1998. 1330 p.
- BRASIL. Exército Brasileiro. Estado-Maior do Exército. C 45-1. Manual de Campanha: Operações Psicológicas. 3. ed. Brasília: Centro de Comunicação Social do Exército, 1999.
- BRASIL. Exército Brasileiro. Estado-Maior do Exército. C 45-4 Manual de Campanha: Comunicação Social. 1. ed. Brasília, 2009.
- BRASIL. Marinha do Brasil. Estado-Maior da Armada. EMA-305. Doutrina Militar Naval. Brasília, 2017.
- BRASIL. Marinha do Brasil. Estado-Maior da Armada. EMA-860. Manual de Comunicação Social da Marinha. Brasília, 2018.
- BRASIL. Ministério da Defesa. Estado-Maior Conjunto das Forças Armadas. MD35-G-01. Glossário das Forças Armadas. Brasília, 2015.
- BRITANNICA GROUP OF COMPANIES. Biographies. *Encyclopædia Britannica*, 2018. Disponível em: <<https://www.britannica.com/biographies>>. Acesso em: 21 Julho 2018.
- CHANG, J.; HALLIDAY, J. *Mao: a história desconhecida*. Tradução de Pedro Maia Soares. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. 771 p.
- CHEN, N.; CULBERTSON, H. M. *Public Relations in Mainland China: An Adolescent With Growing Pains*. In: SIRAMESH, K.; VERCIC, D. *The Global Public Relations Handbook - Theory, Research, and Practice*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2003. Cap. 2, 601 p.
- COIMBRA, Marcos. *A guerra psicológica*. Artigo publicado no Monitor Digital. Rio de Janeiro, 12 jul. 2017. Disponível em: <<https://monitordigital.com.br/a-guerra-psicol-gica>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

DE FLEUR, Melvin Lawrence; BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da Comunicação de Massa*. Tradução de Octavio Alves Velho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1993. 397 p.

FRANÇA, Junia Lessa; VASCONSELLOS, Ana Cristina de. *Manual para normalização de publicações técnico-científicas*. 8. ed. Belo Horizonte: UFMG, 2007. 255 p.

FREUD, Sigmund. *Psicologia das massas e análise do eu e outros textos (1920-1923)*. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. 330 p.

HONG KONG FREE PRESS. *HKFP History: Hong Kong's most tumultuous year – the 1967 riots*. *HKFP – Hong Kong Free Press*, 2016. Disponível em: <<https://www.hongkongfp.com/2016/02/11/hkfp-history-hong-kongs-most-tumultuous-year-the-1967-riots/>>. Acesso em: 18 Julho 2018.

JOWETT, Garth S; O'DONNELL, Victoria. *Propaganda and Persuasion*. Los Angeles: SAGE Publications, 2012. 396 p.

LANDSBERGER, S. R. *Chinese Posters: Propaganda, Politics, History, Art*. *chinese posters.net*, 2018. Disponível em: <<https://chinese posters.net/about/index.php>>. Acesso em: 18 Julho 2018.

LASSWELL, Harold D. *A estrutura e a função da comunicação na sociedade*. In COHN, Gabriel (org.). *Comunicação e indústria cultural: leituras de análise dos meios de comunicações na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade*. 4. ed. São Paulo: Editora Nacional, 1978. 407 p.

LINEBARGER, Paul M. A. *Psychological Warfare*. Nova Iorque: Duell, Sloan and Pearce, 1954. 307 p.

MAGNOLI, D. *Relações Internacionais: Teoria e História*. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2004. 370 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos da Metodologia Científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p.

MARTINO, Luís Mauro Sá; MARQUES, Angela Cristina Salgueiro. *Um olhar múltiplo sobre as teorias da comunicação*. In MARTINO, Luís Mauro Sá; MARQUES, Angela Cristina Salgueiro (org.). *Teorias da comunicação: processos, desafios e limites*. São Paulo: Plêiade, 2015. 335 p.

MCQUAIL, Denis. *Teoria da Comunicação de Massas*. Tradução de Carlos de Jesus. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003. 573 p.

PANNÉ, J.-L.; PACZKOWSKI, A.; BARTOSEK, J.-L. M. *O Livro Negro do Comunismo*. Tradução de Caio Meira. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999. 924 p.

PEREIRA, D. P. *Eis a China*. Realidade, São Paulo, p. 55-66, Outubro 1966.

POMAR, W. *China – 60 anos de República Popular*. Revista Espaço Acadêmico, Maringá, p. 71-78, Outubro 2009. ISSN 1519-6186.

RATTNER, H. *60 anos da Revolução Chinesa*. Revista Espaço Acadêmico, Maringá, p. 33-40, Outubro 2009. ISSN 1519-6186.

SADER, E. *Mao Tsé-tung*. Tradução de Eder Sader. 1. ed. São Paulo: Ática, 1982. 34 p.

SANTOS, José Manuel; CORREIA, João Carlos. *Teorias da Comunicação*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2004. 300 p.

SHAMBAUGH, D. *China's Propaganda System: Institutions, Processes and Efficacy*. The China Journal, Camberra, Janeiro 2007. 25-58.

SILVA, Sandro Takeshi Munakata da. *Teorias da comunicação nos estudos de relações públicas*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011. 102 p.

SERRA, J Paulo. *Manual de Teoria da Comunicação*. Covilhã: Livros Labcom, 2007. 203 p.

STOUT, K. L. *China's propaganda war in Hong Kong*. *News Stream*, 2014. Disponível em: <<http://newsstream.blogs.cnn.com/2014/09/02/chinas-propaganda-war-in-hong-kong/>>. Acesso em: 18 Julho 2018.

SUYIN, H. *China no ano 2001*. Tradução de Álvaro Cabral. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1968. 252 p.

SUYIN, H. *Mao Tsé-tung and the Road to the Future*. *New China*, Nova Iorque, v. II, n. 3, p. 8-16, Dezembro 1976.

THE EPOCH TIMES. *Nove Comentários Sobre o Partido Comunista Chinês*. Nova Iorque: Epoch Times, 2017. 164 p.

TSÉ-TUNG, M. *Obras Escogidas*. Pequim: Ediciones en Lenguas Extranjeras, v. V, 1972. 292 p.

TSÉ-TUNG, M. *O Livro Vermelho*. 1. ed. São Paulo: Martin Claret, 2002. 200 p.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. 13 ed. São Paulo: Atlas, 2011. 84 p.

VICENTE, Maximiliano Martin. *História e comunicação na ordem internacional*. São Paulo: Editora UNESP, 2009. 214 p

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 5. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2006. 123 p.

YIWU, L. *Deus é Vermelho*. Tradução de Daniel Faria. 1. ed. São Paulo: MC, 2011. 165 p.

ANEXO A – Diagramas das Estratégias de Persuasão

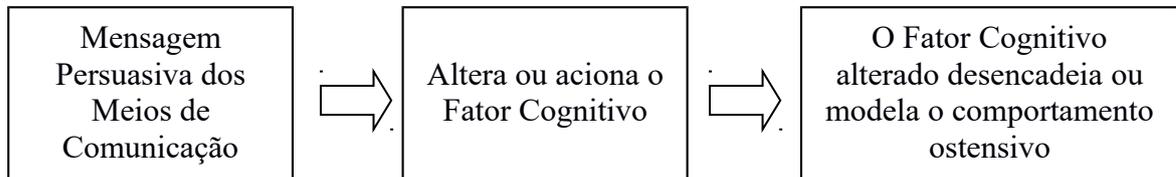


FIGURA 1 – A Estratégia da Persuasão Psicodinâmica.
Fonte: DE FLEUR e BALL-ROKEACH, 1993, p. 297.

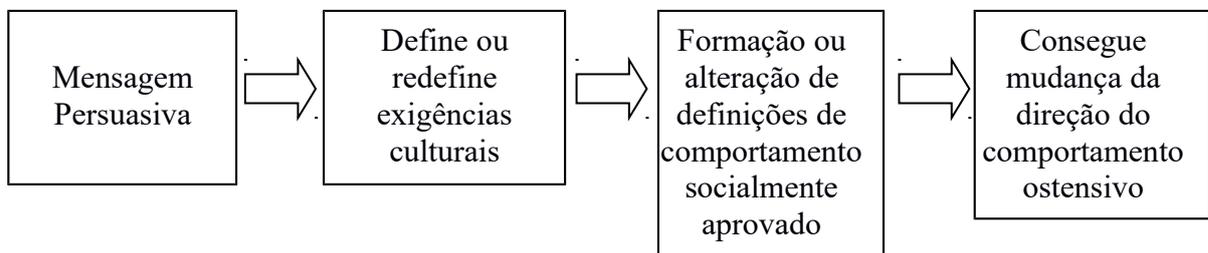


FIGURA 2 – A Estratégia da Persuasão Sociocultural.
Fonte: DE FLEUR e BALL-ROKEACH, 1993, p. 304.

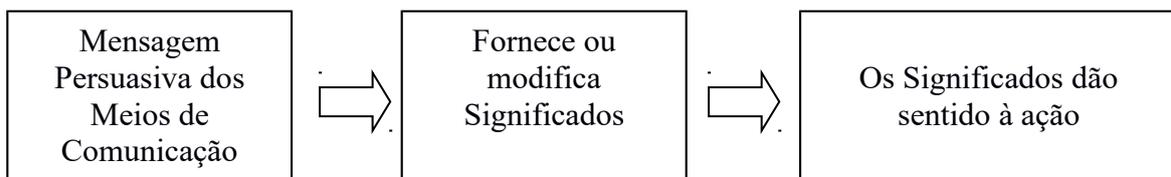


FIGURA 3 – A Estratégia da Persuasão de Construção de Significados.
Fonte: DE FLEUR e BALL-ROKEACH, 1993, p. 312.

ANEXO B – Cartaz do PCC conclamando a massa a denunciar os partidários do capitalismo



FIGURA 1 – Há evidências irrefutáveis de que as cabeças podres dos Departamentos Unidos planejaram instigar um “Segundo Motim de Xangai”! Eles não podem fugir com isso!

Fonte: <<https://chinese posters.net/posters/pc-1967-009.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO C – Cartazes conclamando a massa a aderir a Revolução Cultural

FIGURA 1 – A luz do Sol do Pensamento de Mao Tsé-tung ilumina o caminho da Grande Revolução Cultural Proletária.

Fonte: <<https://chinese-posters.net/posters/e13-644.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO C – Cartazes conclamando a massa a aderir a Revolução Cultural



FIGURA 2 – Segure no alto a grande bandeira vermelha de Mao Tsé-tung para travar a Grande Revolução Cultural Proletária até o fim...

Fonte: <<https://chinese-posters.net/posters/e13-764.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO D – Cartazes qualificando intelectuais e antigos oficiais do governo como contrários a Revolução



FIGURA 1 – Monstros e Demônios foi o termo usado para difamar especialistas, acadêmicos, autoridades e pessoas que se entrencharam em posições ideológicas e culturais durante a Revolução Cultural. Após a publicação do editorial Diário Popular em 1 de junho de 1966, e depois de ser retransmitido e reimpresso, os Guardas Vermelhos iniciaram um enorme expurgo que varreu o país, arrastando e processando todos aqueles ostensivamente ajustando a descrição. O editorial foi escrito sob a ordem de Mao Tsé-tung pelo seu secretário político Chen Boda, um dos membros do Grupo Central da Revolução Cultural liderado por Jiang Qing.
 Fonte: <<https://chinese posters.net/themes/monsters-demons.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO D – Cartazes qualificando intelectuais e antigos oficiais do governo como contrários a Revolução



FIGURA 3 – Uma série de demônios, 1967.

Fonte: <<https://chinese-posters.net/themes/monsters-demons.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO D – Cartazes qualificando intelectuais e antigos oficiais do governo como contrários a Revolução



FIGURA 4 – Expor minuciosamente a camarilha anti-partidária de Ulanfu. (Ulanfu, um mongol da etnia mongol, primeiro-secretário do partido da Região Autônoma da Mongólia Interior e membro suplente do Politburo, estava entre os primeiros altos funcionários do Partido a cair. Ele foi demitido em agosto de 1966 e acusado de ser “o maior detentor de poder do partido a tomar o caminho capitalista”. Este pôster foi feito em Hohhot, capital do Regon Autônomo da Mongólia Interior).

Fonte: <<https://chinese posters.net/posters/e15-179.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO D – Cartazes qualificando intelectuais e antigos oficiais do governo como contrários a Revolução



FIGURA 5 – Uma multidão de palhaços (Esta imagem foi publicada pela primeira vez em fevereiro de 1967. Ela apresenta os primeiros trinta e nove alvos da Revolução Cultural na ordem em que foram expurgados do governo. O pôster foi um sucesso e foi publicado em muitos formatos e versões por muitas organizações rebeldes. O artista era um estudante de 22 anos da Academia Central de Belas Artes de Pequim, Weng Rulan).

Fonte: <<https://chinese posters.net/posters/e39-563.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO E – Cartaz estimulando camponeses e operários a luta de classes



FIGURA 1 – As proclamações de 3 de julho e 24 de julho são os grandes planos estratégicos do presidente Mao! Una-se a forças para golpear com segurança, com precisão e implacavelmente, o punhado de inimigos de classe.

Fonte: <<https://chinese-posters.net/posters/e13-856.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO F – Cartazes estimulando o apoio ao levante de Hong Kong



FIGURA 1 – Os milhões de Guardas Vermelhos da nossa nação apoiam resolutamente os patriotas compatriotas de Hong Kong e Kowloon em sua luta contra a violenta.

Fonte: <<https://www.hongkongfp.com/2016/02/11/hkfp-history-hong-kongs-most-tumultuous-year-the-1967-riots/>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO F – Cartazes estimulando o apoio ao levante de Hong Kong



FIGURA 2 – A luta em Hong Kong contra a elite e a Força Policial.

Fonte: < <http://newsstream.blogs.cnn.com/2014/09/02/chinas-propaganda-war-in-hong-kong/>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO G – Cartazes da Campanha de Erradicação dos Quatro Velhos



FIGURA 1 – Segure bem alto a grande bandeira vermelha do Pensamento Mao Tsé-tung – esmague completamente a linha revisionista contrarrevolucionária na literatura e nas artes.

Fonte: <<https://chineseposters.net/posters/e13-719.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO G – Cartazes da Campanha de Erradicação dos Quatro Velhos

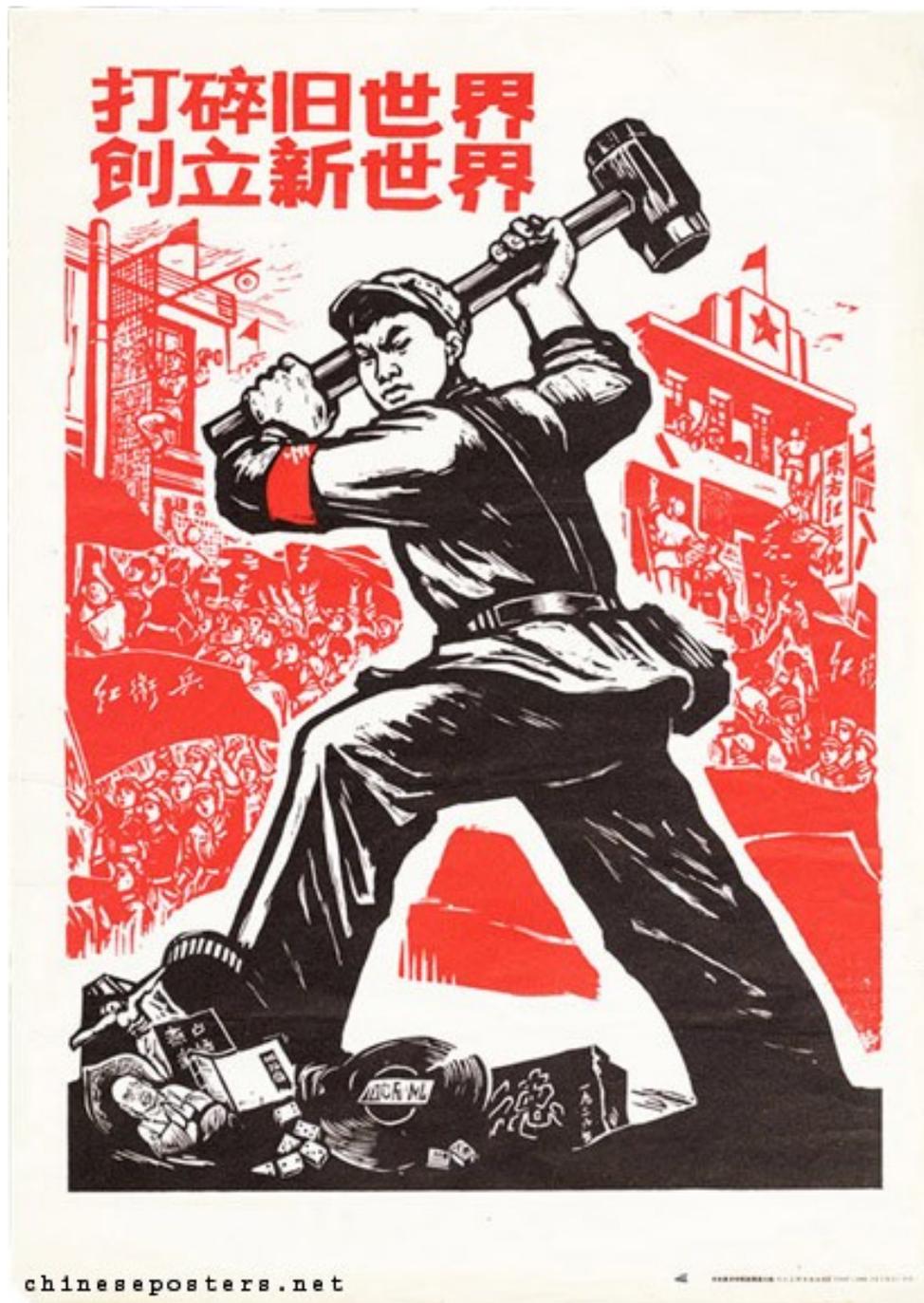


FIGURA 2 – Um guarda vermelho no trabalho. O esmagamento não significa apenas simbolicamente. As propriedades dos direitistas, mosteiros, templos e outras coisas consideradas antigas, burguesas ou decadentes são literalmente quebrados em pedaços.

Fonte: <<https://chinese posters.net/posters/d29-184.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO H – Cartazes de exaltação ao Livro Vermelho de Mao Tsé-tung



FIGURA 1 – Critique o velho mundo e construa um novo mundo com Mao Tsé-tung como arma.

Fonte: <<https://chinese posters.net/posters/e15-699.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO H – Cartazes de exaltação ao Livro Vermelho de Mao Tsé-tung



FIGURA 2 – Desenvolver entusiasticamente a produção de junco para salvaguardar o fornecimento das matérias-primas necessárias para publicar os escritos do Presidente Mao.
 Fonte: <<https://chinese posters . net / posters / pc - 1968 - l - 006 . php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO I – Cartazes de exaltação a imagem de Mao Tsé-tung



FIGURA 1 – Um grupo de partidários de Mao marcha para Pequim para prometer lealdade a Mao. A pintura do jovem Mao é levada na frente, como um ícone tradicional em uma procissão religiosa.

Fonte: <<https://chinese posters.net/posters/e13-708.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.



FIGURA 2 – O camarada Mao Tsé-tung é o maior marxista-leninista da era atual.

Fonte: <<https://chinese posters.net/posters/e13-781.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

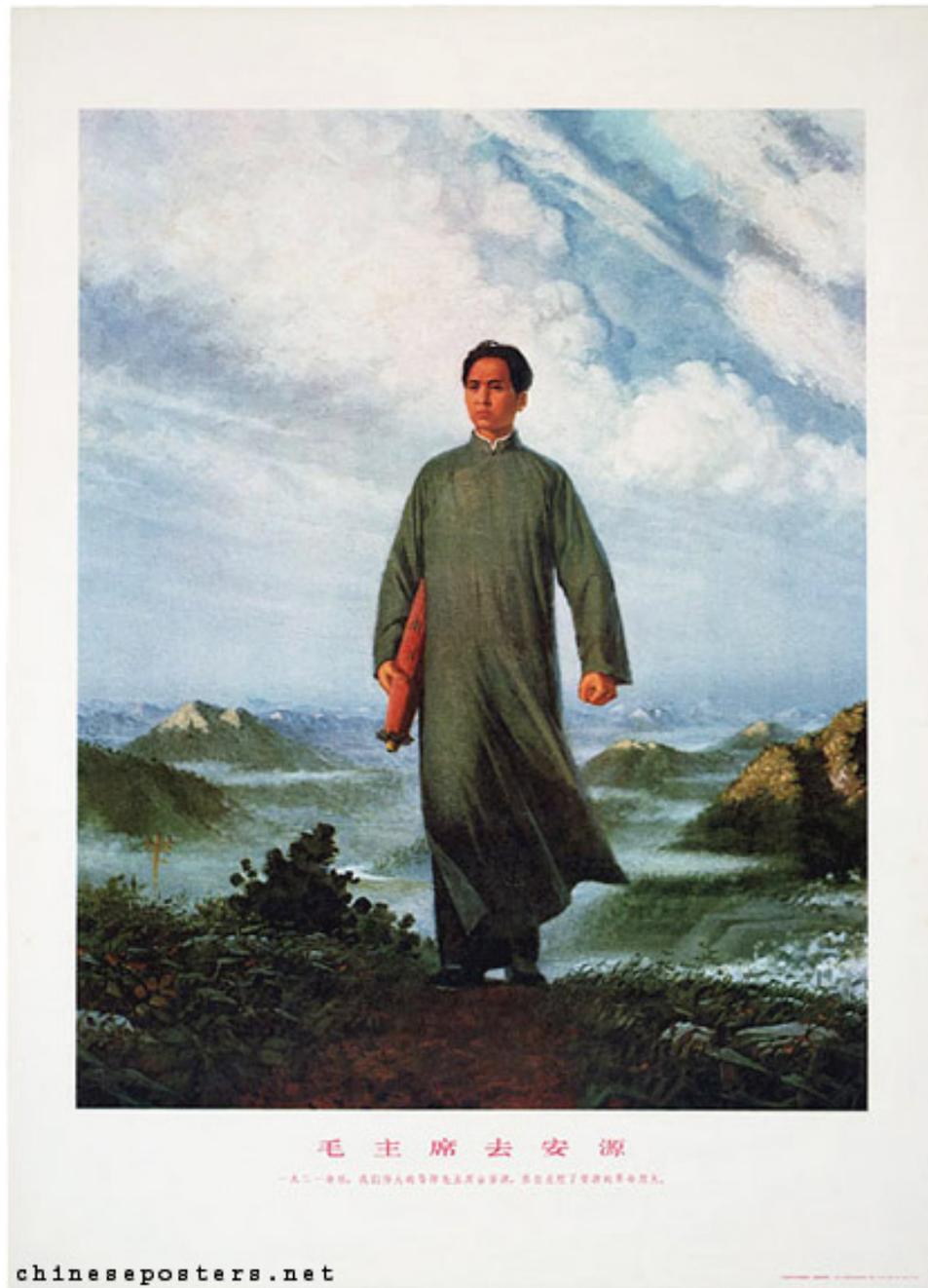
ANEXO I – Cartazes de exaltação a imagem de Mao Tsé-tung

FIGURA 3 – Liu Chunhua, presidente Mao vai para Anyuan, 1968 (A pintura que virou cartaz, presidente Mao vai para Anyuan, tornou-se uma causa celebre, talvez a pintura mais importante do período da Revolução Cultural. Representa Mao quando jovem a caminho da cidade de Anyuan para liderar uma greve dos mineiros.

Fonte: <<https://chinese posters . net / posters / e12-703.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO I – Cartazes de exaltação a imagem de Mao Tsé-tung



FIGURA 4 – Leal sem limites ao grande líder Mao...

Fonte: <<https://chinese-posters.net/posters/e15-506.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.



FIGURA 5 – Siga o Partido Comunista para sempre, siga o Presidente Mao para sempre.

Fonte: <<https://chinese-posters.net/posters/e13-373.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

ANEXO I – Cartazes de exaltação a imagem de Mao Tsé-tung



FIGURA 6 – Grande professor, Grande líder, Grande comandante, Grande timoneiro.
Fonte: <<https://chinese-posters.net/posters/pc-1967-018.php>>. Acesso em: 18 jul. 2018.