
Propaganda pela acção

Paul Brousse

Tradutor: João Tiago Proença



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cp/710>

DOI: 10.4000/cp.710

ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Referência eletrónica

Paul Brousse, « Propaganda pela acção », *Comunicação Pública* [Online], Vol.9 n15 | 2014, posto online no dia 30 junho 2014, consultado o 02 maio 2019. URL : <http://journals.openedition.org/cp/710> ; DOI : 10.4000/cp.710



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

Propaganda pela acção

Paul Brousse

Translation : João Tiago Proença

EDITOR'S NOTE

Por decisão do autor da tradução, a norma bibliográfica utilizada é a NP405.

- 1 Já há algum tempo fala-se frequentemente na Federação do Jura de uma coisa cujo nome, pelo menos, é novo: a propaganda pela acção. Talvez não seja inútil dizer algumas palavras a esse respeito, quanto mais não seja para aqueles dos nossos leitores que foram enganados quanto ao alcance das manifestações de Nossa Senhora de Kasan¹, Bénévent² e Berna³. As explicações que vamos dar parecem-nos tanto mais úteis quanto existem perto de nós partidos cujos chefes (estes partidos têm chefes) outrora socialistas, hoje só o sendo de nome, já nada querem arriscar nas revoltas populares e tomaram a resolução não só de abafar as que os seus próprios amigos, fustigados pela miséria, poderiam tentar, mas também de rir e escarnecer daquelas que defendem os homens que, não tendo mudado, crêem que o povo sabe mais que eles e os segue fielmente até nas suas tentativas aparentemente mais insignificantes.
- 2 Temos hoje de suportar o espectáculo repugnante de que os nossos pais foram testemunhas em França, na época dos Blanqui, dos Barbès⁴, e que nós próprios testemunhámos durante os últimos anos do Império, sendo Flourens⁵ ainda vivo. Os radicais franceses, que bem queriam ser deputados da República, mas que estavam pouco ciosos de morrer por ela, deitavam as culpas às tentativas insurreccionais dos Barbès, dos Blanqui, e riam-se das “barricadas de cartão” de Flourens, das suas “loucuras”, que tinham pelo menos o pudor de apelar de “heroicas”. É graças a estas revoltas, no entanto, e à emoção que provocaram, que a ideia republicana penetra nas massas francesas, que a República vai ser estabelecida, e que esses mesmos radicais vão poder dividir o bolo entre si. A prova é que na mansarda ou na choupana se vêem os retratos de

Barbès e de Flourens, e que quase nunca se encontram os dos *republicanos que vingam*, o que não prova que o povo francês tenha vingado com eles, seja dito de passagem.

- 3 Assim, os socialistas revolucionários procuram hoje pelos tumultos, cujo desfecho prevêem perfeitamente, agitar a consciência popular, e conseguem-no. Os socialistas oportunistas reprovam estes tumultos, que designam de “putsch”, riem-se deles, até escarnecem deles e os metem a ridículo para grande gáudio da burguesia que os teme, no preciso momento em que aqueles que neles tomaram parte partem: para a Sibéria, passam pelos tribunais, e alguns preparam-se para a prisão perpétua. Os radicais franceses e italianos dão-lhes lições de pudor.
- 4 Mas deixemos os socialistas oportunistas entregues aos remorsos da sua consciência, e averiguemos o sentido que cumpre atribuir a estes actos: Kasan, Bénévent e Berna. Acalentariam os homens que participaram nestes movimentos a esperança de fazer uma revolução? Teriam eles tamanhas ilusões para esperar o sucesso? Evidentemente que não. Dizer que era esse o seu pensamento seria conhecê-los mal, ou, se os conhecêssemos, caluniá-los. Os feitos de Kasan, de Bénévent, de Berna, são pura e simplesmente actos de propaganda.
- 5 Expliquemo-nos.
Quando se formulam os princípios em redor dos quais se forma um partido sob a forma de um programa, inscritos numa bandeira, é preciso que os homens deste partido escolham os meios, os melhores meios, todos os meios, para divulgar tais princípios nas massas, para os fazer penetrar no seio dos que têm o sentimento revolucionário, mas que, entregues a si próprios, ainda não chegaram ao ponto de formular este sentimento de uma maneira precisa.
- 6 O primeiro modo de propagação da ideia é certamente a propaganda pessoal. Nas conversações particulares, a intimidade que se estabelece entre duas pessoas que falam permite ao propagandista ver quais são os aspectos do programa que ficaram pouco claros no espírito do interlocutor e retomá-los; por outro lado, quem escuta ousa colocar questões, formular as suas objecções antes de se dar por convencido. Mas, uma vez convencido, fica bem convencido.
- 7 Este meio de propaganda, apesar de ser excelente, não chega. Quantos propagandistas não seriam precisos para o pôr em prática numa escala suficientemente grande? Os homens a convencer chamam-se legiões! Diz-se então com toda a naturalidade: «Uma vez que não há propagandistas em número suficiente para falar de homem a homem, para conversar, deixemos um só propagandista falar a vários ouvintes numa só ocasião». É-se levado a substituir a propaganda pessoal pela propaganda geral, e a conversa pela reunião pública, a conferência ou o *meeting*. Neste modo de propaganda, é impossível a quem não tem o hábito da palavra, que treme na tribuna, pedir explicações, e a quem fala adivinhar o que aqueles que escutam não compreenderam. Este é um dos grandes inconvenientes, mas não suficientemente grande para negligenciar um meio de propaganda tão poderoso.
- 8 Mas, se a voz humana pode falar a mil pessoas, uma voz há que fala a dez mil, a cem mil ouvintes; é a voz da imprensa. Assim, estabelece-se um terceiro modo de propaganda teórica, de todos o mais poderoso: a propaganda pela brochura e, sobretudo, pelo jornal.
- 9 Na curta exposição que acabámos de fazer dos meios de propaganda teórica, esquecemo-nos de ter em linha de conta dois elementos muito importantes do problema, bem como outros de menor importância de que não nos ocuparemos aqui. Falamos apenas da situação política e económica dos que propagam a ideia e da situação daqueles junto dos

quais ela é propagada. Veremos que este exame modifica sensivelmente os resultados do nosso raciocínio abstrato rapidamente.

- 10 Mas antes permitir-nos-emos uma pequena digressão.
Cada período histórico anda, desenvolve-se, extingue-se com todo um cortejo de ideias, de instituições, de meios de acção, com um meio, numa palavra, que lhe é próprio. Deve-se fazer uma ideia inteligente da experiência do passado, mas comete-se um rematado disparate quando se quer aplicar exclusivamente a um período novo o que pertence a um período que definha. Quando o meio se transforma, transforma evidentemente o que age nesse meio.
- 11 Esta breve observação aplica-se ao modo da propaganda como a tudo o mais.
Antes de 1789, quer dizer, antes do advento da classe burguesa, poucos eram os que se ocupavam da vida pública. A vida na praça pública era relegada para as municipalidades e para a história antiga da Grécia e de Roma. O mundo político de então, o mundo nobiliário, não fazia jornais e não organizava reuniões públicas concorridas. A política fazia-se no salão e, sobretudo, na corte, com todos os ademanos aristocráticos. No salão, conversando, tramavam-se tantas empresas, urdiam-se todas as intrigas; aí se formavam e se desfaziam os partidos. O povo só intervinha depois, como instrumento. Desde a sua entrada em cena, a burguesia, alimentada de recordações da Grécia e de Roma, trouxe consigo um novo modo de propagar o seu pensamento, pela imprensa e na praça pública. O jornalismo saiu já equipado do cérebro da revolução. A primeira folha revolucionária imprimiu-se na estreita rua Bercée da velha Paris, na casa do livreiro Chevalier, e a primeira folha aristocrata publicou-se na famosa loja que Gattey abriu no Palácio Real⁶. Desde então, as folhas públicas, pequenas (como as folhas socialistas de hoje), multiplicam-se; quer faça chuva, quer faça sol. Entre elas, algumas há que ainda estão vivas, como a *Gazette de France* ou o *Moniteur*; outras deixaram uma recordação na história – o *Vieux Mercure de France*, as *Révolutions de France et du Barbant*, o *Orador do Povo*, o *Amigo do Povo*, o *Père Duchêne*, os *Actes des Apôtres*.
- 12 A burguesia desenvolve-se e com ela desenvolvem-se os seus meios de acção. Nas fileiras burguesas, onde se dispõe do tempo e dos meios de aprender a falar, forma-se, sobretudo como o auxílio da barra, todo um pessoal de oradores de reuniões políticas. O jornal amplia-se enormemente. Em primeiro lugar, aumenta o seu formato, multiplica a sua periodicidade; em seguida, cativa os leitores publicando novelas, ainda que alheias à política, e pelo romance chama a si as almas sentimentais; faz política, música, literatura, tudo – inclui até os encontros galantes; finalmente, Émile de Girardin⁷ lança no mundo a ideia dos anúncios comerciais. Desta união polígama entre a política, o prazer e os negócios nasce o jornal tal como o conhecemos nos nossos dias. Hoje, o jornal é uma indústria produtiva, é uma indústria comercial. Faz mercadorias, é, pois, uma fábrica, e, a este título, são-lhe necessárias grandes máquinas e uma jolda de empregados. Vende a mercadoria: é, pois, consórcio de comércio, e, a este título, são-lhe necessários grandes capitais e grandes mercados.
- 13 O jornalismo, grande indústria, pode sustentar o poder burguês, e na prática torna-se para os operários, mesmo num país livre, uma arma impossível se estes operários quiserem fazer um trabalho sério e rejeitarem toda e qualquer aliança e todo o auxílio dos partidos burgueses.
- 14 Vemos assim como os meios de propaganda teórica, desenvolvendo-se progressivamente com a burguesia que alcandoraram ao poder, se tornaram para nós um meio de emprego difícil em modos de acção restritos. Onde seria preciso opor aos oradores burgueses

milhares de oradores, podemos meter cinquenta em linha; onde há dez folhas caluniadoras que se publicam aos milhares e várias vezes por semana, temos, para responder, duas folhas que aparecem uma vez por semana e impressas num papel do tamanho da palma da mão.

- 15 De um lado, pois, a situação económica do propagandista torna-lhe bem difícil o emprego dos meios de propaganda teórica. Mas não é tudo.
- 16 O partido socialista deve divulgar as suas ideias no seio das massas. E de que são feitas as massas? De camponeses, de operários que trabalham na maior parte das vezes onze e até doze horas por dia. Regressam a casa tão exaustos de fadiga que pouca vontade têm de ler brochuras ou jornais socialistas; dormem, passeiam ou consagram os seus serões à família.
- 17 A situação económica daquele a quem se dirige a propaganda torna, está bem de ver, a propaganda teórica pouco frutuosa.
- 18 Pois bem: se houvesse um meio de chamar a atenção destes homens, de lhes *mostrar* o que eles não conseguem *ler*, de lhes ensinar o socialismo por actos, fazendo-os vê-lo, escutá-lo, tocá-lo? Acontece frequentemente que uma pessoa que não compreende [...]⁸.
- 19 Tomemos aqui como exemplo a manifestação de 18 de Março em Berna.
A burguesia mantém no espírito do operário suíço o preconceito de que ele goza de todas as liberdades. Nós, nós repetimos-lhes à saciedade: «Não há liberdade política a sério sem igualdade económica; o que é que mantém a desigualdade? O Estado». O povo pouco absorve destas abstracções; dêem-lhe um facto palpável, e ele apreende-o. Mostrem-lhe o artigo que lhe permite empunhar a sua bandeira vermelha, empunhe-se esta bandeira; o Estado e a polícia atacá-lo-ão, defendei-o; o *meeting* seguinte estará cheio de gente, algumas palavras bem claras e o povo compreendeu. O 18 de Março foi a demonstração prática feita ao povo operário suíço, em plena praça pública, de que não tem, como julga ter, a liberdade.
- 20 Os nossos amigos de Bénévent fizeram ainda melhor. Não se limitaram a demonstrar assim ao povo uma só coisa. Tomaram duas pequenas comunas e aí, queimando os arquivos, mostraram ao [povo] um quadro, e compreenderam uma estátua; se a pintura se vê, a escultura toca-se. Quando este raciocínio foi feito, não importa quem o fez! Estava-se a caminho de fazer, a par da *propaganda teórica*, a *propaganda pela acção*.
- 21 A propaganda pela acção é, antes de mais, um poderoso meio de despertar a consciência popular. Tomemos um exemplo. Quem conhecia em França, antes da Comuna de Paris, o princípio da autonomia comunal? Ninguém. E, no entanto, Proudhon escrevera magníficas obras sobre o assunto. Quem lia estes livros? Uma mão cheia de letrados. Mas quando a ideia veio à luz do dia, em plena capital, nos degraus da Câmara Municipal, conforme tomou corpo e vida, foi socorrer o camponês na sua choupana, o operário no seu lar, e camponeses e operários deveriam reflectir perante este enorme ponto de interrogação colocado na praça pública. Agora a ideia fez o seu caminho. Em França, no mundo, por ou contra, cada qual tomou partido. *Pró* ou *contra*, tomou-se uma decisão.
- 22 Foi uma emoção popular semelhante que os nossos amigos quiseram produzir na igreja de Nossa Senhora de Kasan, e conseguiram-no.
- 23 Mas isso não basta. Não basta uma propaganda que se limite a excitar a emoção popular. Esta atenção excitada, é preciso fornecer-lhe um alimento. O *acto* deve pois conter pelo menos um ensinamento.
- 24 Tomemos aqui como exemplo a manifestação de 18 de Março em Berna⁹.
A burguesia mantém no espírito do operário suíço o preconceito de que ele goza de todas

as liberdades. Nós, nós repetimos-lhes à saciedade: «Não há liberdade política a sério sem igualdade económica; o que é que mantém a desigualdade? O Estado». O povo pouco absorve destas abstracções; dêem-lhe um facto palpável, e ele apreende-o. Mostrem-lhe o artigo que lhe permite empunhar a sua bandeira vermelha, empunhe-se esta bandeira; o Estado e a polícia atacá-lo-ão, defendei-o; o *meeting* seguinte estará cheio de gente, algumas palavras bem claras e o povo compreendeu. O 18 de Março foi a demonstração prática feita ao povo operário suíço, em plena praça pública, de que não tem, como julga ter, a liberdade.

25 Os nossos amigos de Bénévent fizeram ainda melhor. Não se limitaram a demonstrar assim ao povo uma só coisa. Tomaram duas pequenas comunas e aí, queimando os arquivos, mostraram ao povo o respeito que é preciso ter pela propriedade. Devolveram ao povo o dinheiro, os impostos, as armas que lhe confiscaram; ao fazê-lo mostraram ao povo o desprezo que é preciso ter pelo governo. Não é possível que este povo não tenha dito: «Seríamos bem mais felizes, se o que estes pobres jovens querem se realizasse um dia». Daí a ajudá-los é um passo fácil de dar.

26 Pode fazer-se mais.

Apoderem-se uma vez de uma comuna, realizem a propriedade colectiva, organizem os corpos de ofícios e a produção, os grupos de bairro e de consumo; que os instrumentos de trabalho estejam em mãos operárias, os operários e os seus em habitações salubres, os ociosos na rua; se forem atacados, lutem, defendam-se; se forem vencidos, pouco importa! A ideia estará lançada não no papel, não num jornal, não num quadro; não será esculpida em mármore nem talhada em pedra, nem fundida em bronze: ela andarà em carne e osso, viva, diante do povo.

O povo saudá-la-á à sua passagem.

NOTES

1. Referência à manifestação em frente à Igreja de Nossa senhora de Kazan, em São Petersburgo, em 1876. (N.T.)

2. Referência à insurreição falhada levada a cabo por uma trintena de “internacionais”, entre os quais Cafiero e Malatesta, em 1877. (N.T.)

3. Referência à manifestação de 18 de Março de 1877, em Berna. (N.T.)

4. Armand Barbès (1809-1870), militante republicano, amigo e colaborador de Blanqui, tomou parte em várias conspirações. (N.T.)

5. Gustave Flourens (1938-1971), político francês, participou na Comuna. (N.T.)

6. Brousse refere-se ao *cabinet de lecture* que Jean-François Gattey (1756-1794) tinha no Palais-Royal, rebaptizado, depois da Revolução, Palais-Égalité, que ficou conhecido como o “antro da aristocracia”, em particular por publicar os *Actes des Apôtres*. Antes da Revolução, Gattey chegou a ser encarcerado por comércio de livros proibidos. Condenado à morte pelo Tribunal revolucionário, foi guilhotinado. (N.T.)

7. Émile de Girardin (1802-1881), jornalista e homem de letras, notabilizou-se pelo papel que deu à publicidade nos jornais como forma de os tornar mais baratos e acessíveis a um público mais vasto. Foi também um dos co-responsáveis pela introdução dos folhetins na imprensa. (N.T.)

8. Interrupção no original. (N.T.)
9. Repetição no original. (N.T.)