

# **O MECANISMO DAS OPERAÇÕES PSICOLÓGICAS**

Maj Inf QEMA

FILADELFO REIS DAMASCENO

## **1. INTRODUÇÃO**

As operações psicológicas despertam a cada dia mais atenção no âmbito dos exércitos modernos em virtude do crescente êxito que têm obtido no apoio às operações de combate. Poderíamos conceituá-las, de modo simples, como a aplicação da Psicologia à arte da guerra, com o objetivo de fortalecer o moral de nossas tropas ou de minimizar a vontade de lutar dos nossos adversários.

Durante certo período as operações psicológicas foram cercadas de uma auréola de mistério. Face aos êxitos surpreendentes da propaganda militar, nos primórdios de sua aplicação científica, os responsáveis pela condução dessas campanhas psicológicas foram vistos, durante algum tempo, como mágicos ou feiticeiros. Atualmente, porém, sabe-se, com certeza, que os sucessos obtidos resultaram do correto emprego de princípios da Psicologia.

Aceita-se, hoje em dia, que os elementos encarregados do planejamento das operações psicológicas, nos escalões superiores, devam possuir um sólido conhecimento da ciência psicológica e grande vivência dos "Porquês" do comportamento individual e coletivo. Já para os indivíduos encarregados de executar as operações, todavia, exige-se muito menos: necessitam saber "o que fazer" e o "como fazer", para alcançar os objetivos a que se propõem. A exemplo do que ocorre em muitos setores da atividade militar, os segundos, sem a exigência de serem diplomados em Psicologia, poderão habilitar-se ao desempenho de suas funções através de um curso de especialização, desde que este seja prático, dinâmico e objetivo.

Ao contrário do que se supõe, normalmente, não existem diferenças marcantes na elaboração dos diversos tipos de propaganda. Tanto a propaganda política, como a propaganda comercial ou publicitária e a propaganda militar ou operação psicológica lançam mão dos mesmos recursos, leis, técnicas e métodos consagrados pela Psicologia.

Da mesma forma, é errôneo julgar que cada Exército possui um sistema próprio e original de conduzir as suas operações psicológicas. Em que pese algumas divergências de pequena monta, ditadas pela adoção de escolas psicológicas diversas, em essência, todos eles aplicam os mesmos princípios gerais, válidos igualmente para a propaganda política e a publicidade. Se assim não fora, a análise da propaganda inimiga seria impraticável e a contrapropaganda tornar-se-ia inexequível ou de resultados quase nulos.

Considerando, pois, que os princípios psicológicos são universais e imutáveis e que as variações existentes decorrem dos valores éticos, morais e políticos, adotados pelas diversos povos, podemos estabelecer um método geral seguido nas operações psicológicas.

## 2. MECANISMO DAS OPERAÇÕES PSICOLÓGICAS

Tendo recebido a missão de apoiar psicologicamente uma operação de combate, o oficial de guerra psicológica passa a desenvolver uma série de medidas visando atingir o seu objetivo. Dentre as suas preocupações, destacam-se as abaixo apontadas, que podem ocorrer simultaneamente e devem merecer constantemente a sua atenção:

- Determinação do Objetivo Psicológico a atingir.
- Atrair a atenção do público-alvo.
- Manter a atenção do público-alvo.
- Ser compreendido pelo público-alvo.
- Adquirir a confiança do público.
- Influir na conduta do público.
- Avaliar os efeitos de sua propaganda.
- Utilizar a contrapropaganda.
- Obter uma opinião ou atitude favorável.
- Conseguir o comportamento desejado.

A seguir, analisaremos cada um dos aspectos acima apontados, exemplificando-os e tecendo comentários sobre os mesmos, de modo que possam ser facilmente compreendidos.

## 3. DETERMINAÇÃO DO OBJETIVO PSICOLÓGICO

Ao apoiar uma operação de combate, o Operador Psicológico de-  
frontar-se-á, invariavelmente, com uma das seguintes situações: re-  
forçar um comportamento existente ou então modificá-lo. Ambas são  
perfeitamente aplicáveis tanto aos amigos como aos neutros ou ini-  
migos.

O problema de reforçar ou manter um comportamento, que fa-  
vorece ao nosso objetivo, torna-se muito mais simples quando com-  
parado com a alteração de conduta, em virtude de o esforço da propa-

ganda ser dirigido no sentido desejado pelo público, que não apresenta oposição ao mesmo. Será muito mais fácil ainda se estamos tratando de nossas tropas, de quem conhecemos os interesses, opiniões, atitudes e motivações, com considerável grau de certeza.

É conveniente recordar que, segundo a definição de operações psicológicas, somente poderemos atribuir um efeito à propaganda se o mesmo foi estabelecido, *a priori*, como objetivo a alcançar. Os imponderáveis e eventos frutos do acaso não podem ser creditados às operações psicológicas.

Obedecendo à seqüência que nos propusemos, consideremos um exemplo complexo, a situação mais complicada, qual seja: o operador psicológico estabeleceu como seu objetivo, mudar o comportamento de um inimigo, que lhe oferece tenaz resistência. Vejamos os passos seguintes dados pelo mesmo até alcançar o fim a que se propôs.

#### 4. ATRAIR A ATENÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

A primeira preocupação do operador psicológico é despertar a atenção do público para a sua mensagem. Todos nós possuímos uma percepção seletiva e os nossos sentidos têm a tendência a perceber tudo aquilo que esteja relacionado com os nossos gostos, preferências, interesses e aspirações e, da mesma forma, desconhecer aquilo que não nos diz respeito ou não nos interessa de perto.

Trata-se, portanto, para o operador psicológico, de fazer ressaltar a sua mensagem dentre os inúmeros estímulos que atuam sobre o público-alvo. Para que a mesma seja percebida é necessário que o foco da atenção dos indivíduos nela se concentre, de modo a predispor os ao recebimento da mensagem.

Como captar a atenção? As técnicas são muito variadas e vão desde os apelos sensacionais das manchetes das revistas e jornais à linda garota de biquíni recomendando um produto, até as mágicas e os animais amestrados dos camelôs. Todos esses artifícios, dos mais simples aos mais sofisticados, desempenham a mesma função de atrair a atenção.

No exemplo que vimos desenvolvendo, onde se busca a mudança do comportamento do inimigo, a situação é bem mais complicada. A mensagem encontra por parte do adversário uma reação violenta ou bloqueio, em virtude de ser catalogada como "propaganda inimiga". Como vencer tal dificuldade? Em primeiro lugar temos que apresentá-la de forma atraente, sugestiva, que desperte a curiosidade. Dentre as técnicas utilizadas todas elas explorando necessidades latentes no público, recomendam-se as seguintes: utilização de *slogans* e estribilhos sobre assuntos de interesse geral, disseminação de objetos funcionais, como chaveiros, canivetes, calendários ou outros brindes, como invólucros de alimentos, fotos e cartazes.

## 5. MANTER A ATENÇÃO DO PÚBLICO

Ainda mais importante do que captar a atenção do público é conservá-lo atento para a nossa mensagem. Despertada a atenção para o que pretendemos transmitir, através de um dos meios acima citados, devemos prender a sua atenção durante todo o tempo necessário à divulgação da mensagem. Em primeiro lugar devemos evitar a monotonia, através da variação dos estímulos: alterações no tom de voz, intercalação de fundos musicais entre frases do texto, criação de *suspenses* criando expectativa pelo desfecho, repetição das mesmas idéias com novas roupagens e emprego alternado dos diversos meios de comunicação são fatores que contribuem para manter a atenção.

Os meios audiovisuais assumem grande importância na manutenção da atenção por estimularem diversos sentidos do público-alvo. A música, sobretudo a conhecida do público, exerce poderoso atrativo e, quando sabiamente empregada, consegue manter a atenção por longos períodos de tempo. Na comunicação impressa, o cuidado na apresentação gráfica e a combinação artística das cores conseguem prender a atenção e muito contribuem para a difusão da mensagem.

## 6. SER COMPREENDIDO PELO PÚBLICO

Obtida a atenção para a sua mensagem o propagandista militar cuidará de se fazer entendido por aqueles que procura influenciar. A primeira providência a adotar é elaborar a mensagem na língua do público. Além disso a mensagem deverá ser escrita em termos simples, de modo a ser facilmente compreendida por todos. Deve-se adotar um linguajar médio e é recomendável o emprego de regionalismos e expressões típicas para conferir à mensagem o sabor local.

Nas transmissões radiofônicas é de toda a conveniência a utilização de locutores da região, pois o sotaque do locutor contribui em muito para dar autenticidade à mensagem e facilitar a sua aceitação pelo público. Tal prática tem sido empregada com grande sucesso.

Nessa fase do processo os tradutores e intérpretes assumem grande importância, pois concorrem para que a mensagem se aproxime do público tanto quanto possível.

A escolha de meios adequados de comunicação é outra consideração importante quando se busca a compreensão do público. Se nos deparamos com um público iletrado o meio mais indicado será o rádio, o alto-falante ou mesmo o boato, mas, face a um público alfabetizado a matéria impressa poderá ser, em certas ocasiões, o meio recomendado.

O Operador Psicológico deverá possuir um grande grau de empatia a fim de perceber as necessidades, interesses e aspirações do público-alvo. Quanto mais conseguir saber a que o público é sensível tanto mais atraente e objetiva será a sua mensagem.

## 7. ADQUIRIR A CONFIANÇA DO PÚBLICO

A primeira condição para o operador psicológico conquistar a confiança do público é evitar que se criem antagonismos entre o conteúdo de sua mensagem e o pensamento do público. A experiência ensina que a ofensa e o menosprezo aos valores considerados importantes pelo inimigo conduzem sempre ao fortalecimento do moral adversário e os resultados são o contrário do pretendido.

Além da manutenção de um clima cordial, para que a sua mensagem seja aceita, há necessidade de guardar certa ética, sobretudo quando a fonte da propaganda é identificada. A divulgação de notícias falsas ou a falta de coerência entre o que é informado por diversas fontes de um mesmo governo levam ao descrédito e podem invalidar todo o esforço da propaganda.

É interessante ressaltar, contudo, que a credibilidade é mais importante do que a verdade. Em determinadas situações o relato fiel da verdade pode merecer menos crédito do que as distorções realizadas intencionalmente pelo propagandista.

Como medidas preconizadas para conquistar a confiança do inimigo, as seguintes são as mais empregadas:

- Não ofender nem ridicularizar o inimigo.
- Ter como norma o uso da verdade.
- Antecipar notícias que possam ser confirmadas.
- Divulgar os nomes de prisioneiros de guerra.

## 8. PROCURAR INFLUIR NA CONDUTA DO PÚBLICO

Conquistadas a atenção e a confiança do público e tomadas as devidas precauções para ser entendido pelo mesmo, o operador psicológico atinge o ponto crucial de todo o seu trabalho. Trata-se agora de apresentar as idéias ou fatos que objetivam a mudança de comportamento dos indivíduos de que se ocupa no momento.

O estudo do público-alvo fornece as bases para toda a ação posterior. Há necessidade de conhecer as opiniões, atitudes, emoções e comportamento do público estudado. De igual importância é a constatação de seus antagonismos latentes, preconceitos, estereótipos, aversões, preferências e idolatrias. O grau de importância dado pelo público aos valores sociais é também de fundamental interesse, pois há necessidade de saber o que é considerado sagrado e o que é secundário, distinguindo os "folkways" dos "mores".

De posse desse conhecimento o operador psicológico passa a escolher os temas de sua mensagem. Os temas são um tópico, uma

linha de persuasão, um *slogan* ou uma frase. Constituem-se nos projetis das operações psicológicas e, de sua escolha acertada, depende o êxito da campanha de propaganda.

A elaboração dos temas é a parte crítica do processo. Considerando todos os fatores anteriormente citados, o operador psicológico ordena os temas no corpo da mensagem, visando dois objetivos:

- Despertar necessidades no público-alvo.
- Oferecer soluções para essas necessidades.

É evidente que as necessidades sugeridas contribuem para atingir o objetivo psicológico fixado e são facilmente aceitas quando coincidem com predisposições latentes no público-alvo.

Por outro lado, quando as necessidades criadas pelo propagandista contrariam as opiniões, emoções e atitudes do público, é de se esperar uma reação ao que foi sugerido, em virtude dos mecanismos psicológicos de defesa. A prática ensina que os temas não se devem dirigir contra idéias e atitudes fortemente arraigadas no público-alvo. O ataque direto contra opiniões e condutas cristalizadas quase sempre conduz a resultados negativos. A boa técnica é orientar os temas (criação de necessidades), na direção de assuntos relacionados com a idéia ou conduta cristalizada (dogma ou tabu) e, por vias indiretas, levar à conclusão de que a mesma deve ser modificada.

Ao despertar necessidades e oferecer soluções para as mesmas é necessário estar atento para evitar as frustrações do público. A não ser quando se deseja deprimir o inimigo, não devemos estimular interesses e aspirações que, sabemos de antemão, não serão satisfeitas, pois podem conduzir a resultados desastrosos.

Para modificar o comportamento do inimigo, o propagandista procura substituir suas opiniões, emoções e atitudes por outras necessidades por ele sugeridas, sejam fisiológicas ou psicológicas, e proporcionar-lhe condições de satisfazer a essas necessidades.

## 9. AVALIAR OS EFEITOS DA PROPAGANDA

Estando convencido de que a mensagem alcançou o público a que era dirigida, o propagandista militar preocupa-se em medir os seus resultados, a fim de verificar se deve conservar os temas ou modificá-los. Há uma série de indicadores que podem refletir o êxito de uma campanha de propaganda e a sua apreciação criteriosa é muito útil para o operador psicológico. O aumento do número de prisioneiros de guerra, a intensificação da deserção nas hostes inimigas, a adoção de medidas severas contra os que ouvem as nossas transmissões ou portam nosso folhetos e a criação artificial de interferência na nossa frequência de transmissão são sintomas de que a nossa propaganda está surtindo efeito.

Quando, ao contrário, as informações disponíveis indicam que os efeitos de nossa propaganda são nulos, o operador psicológico procurará descobrir onde a sua campanha falhou: se na avaliação das características do público-alvo, se no captar e manter a atenção, se no emprego de meios adequados ou na escolha dos temas. Identificada a falha no sistema uma nova campanha é desencadeada.

## 10. EMPREGO DA CONTRAPROPAGANDA

Em determinadas situações a nossa propaganda deixa de surtir os efeitos desejados pelo fato de ser neutralizada por uma eficaz campanha de propaganda adversa. A criação de necessidades diversas de nossa parte e por parte do inimigo provocam um conflito de atitudes na mente do adversário e impede que ele aja no sentido insinuado pelos nossos temas.

Vencendo o desejo sempre presente de responder à propaganda inimiga, somos obrigado a utilizar a contrapropaganda, ofensivamente. A análise da campanha adversa apontará as suas vulnerabilidades e estas deverão ser exploradas ao máximo. Somente demonstrando ser mais insinuante e inteligente que o nosso competidor teremos acesso ao público inimigo e poderemos modificá-lo.

## 11. OBTER OPINIÕES E ATITUDES FAVORÁVEIS

O objetivo último do trabalho do operador psicológico é modificar o comportamento de grupos sociais. Em cada caso particular essa mudança de conduta constitui um objetivo psicológico.

A Psicologia nos ensina que o comportamento ou ação dos indivíduos têm relação direta com as suas opiniões e atitudes. Na maioria das vezes a opinião e atitude são o prenúncio do comportamento. Assim, agindo quase sempre de forma indireta, o operador psicológico procurará obter de seu público, numa primeira fase, opiniões e atitudes concordantes com o seu objetivo e, após, numa segunda fase, manipulando essas opiniões e atitudes aceitas pelo público, conseguirá mudar o seu comportamento na direção prevista no objetivo psicológico.

## 12. CONSEGUIR O COMPORTAMENTO DESEJADO

Consideremos que o objetivo psicológico estabelecido pelo propagandista militar, no início de seu trabalho, foi o seguinte: "Enfraquecer o moral inimigo e destruir a sua vontade de lutar".

Ao longo de toda a campanha de propaganda, sempre coerente com a evolução das operações de combate, o operador psicológico empregou uma série de temas, entre os quais destacavam-se os seguintes: "Respeitamos integralmente as Convenções de Genebra", "Os únicos responsáveis pela guerra são os dirigentes do País X", "Os fatos mostram que nossa vitória é inevitável". No decorrer das operações temos conhecimento que o número de deserções e rendições cresceu de forma espantosa no lado inimigo, que há queixas e protestos contra os dirigentes pela forma como a guerra é conduzida e que os combatentes já não resistem até a morte, como no início das operações. Podemos, sem dúvida, creditar à propaganda militar esses sucessos, pois que foram previstos desde o início e tudo foi feito para consegui-los.

Os comportamentos do inimigo foram modificados através de um trabalho lento e paciente. Partindo de opiniões e atitudes pré-existentes no público-alvo ou criando outras opiniões e atitudes relacionadas com as existentes ou mesmo latentes, procurou-se fazer com que o público aceitasse as nossas idéias como válidas. Atingido esse ponto passamos a exortá-lo à ação, no sentido dos nossos interesses e, uma vez que passe a cumprir as nossas insinuações, teremos atingido a nossa finalidade.

### 13. CONCLUSÃO

Procuramos apresentar no presente trabalho, em linhas gerais, o mecanismo das operações psicológicas seguido por todos os exércitos modernos. É o mesmo adotado pela propaganda política e pela publicidade, porque baseados todos em princípios psicológicos gerais e de validade universal.

O seu conhecimento é de grande utilidade para todos os combatentes, porque, como componentes de um público-alvo, devem estar a par dos processos empregados pelo inimigo para influir sobre o seu moral visando enfraquecê-lo.

Evitando entrar em detalhes técnicos, pretendemos ter levantado o véu de mistério que ainda envolve as operações psicológicas, na esperança de que outros companheiros se interessem por assunto tão palpitante e atual.

