

RAÍZES HISTÓRICAS DO CONCEITO DE OPINIÃO PÚBLICA EM COMUNICAÇÃO

Fernanda Vasques Ferreira
Universidade de Brasília (UnB)
✉ fernanda.jornalista82@gmail.com

Resumo: Tornou-se uso corrente o termo *opinião pública* para expressar uma *opinião majoritária* ou mesmo uma *opinião expressa publicamente* que se torna relevante em um contexto *massmediático*. Este artigo tem como problema de pesquisa a seguinte pergunta: *quais as origens do conceito de opinião pública em comunicação?* O presente trabalho se vale do método de *revisão bibliográfica* com a finalidade de apresentar as principais vertentes que apontam para o surgimento do conceito no campo da comunicação, mas passa pela sua construção histórica oriunda de outras áreas. O percurso teórico-metodológico deste trabalho contempla autores seminais como Augras (1980), Lippmann (2008), Lazarsfeld; Steinberg; Speier (1972), Tarde (1991).

Palavras-chave: *Opinião pública; origens do conceito; comunicação de massa.*

Abstract: It has become common usage the term *public opinion* to express a *majority opinion* or even an *opinion expressed publicly* that becomes relevant in a *mass media context*. This article's research problem is the following question: *what are the origins of the concept of public opinion in communication?* This work uses the method of *literature review* in order to present the main aspects that point to the emergence of the concept in the communication field, but goes through its historical construction from other areas. The theoretical and methodological approach of this work includes seminal authors as Augras (1980), Lippmann (2008), Lazarsfeld; Steinberg; Speier (1972), Tarde (1991).

Keywords: *Public Opinion. Origins of the concept. Mass communication.*

Introdução

Comumente a expressão *opinião pública* está presente no vocabulário das pessoas. Informal ou informalmente, detida ou não de cientificidade, é lugar comum citar a *opinião pública* como a *opinião da maioria*, como uma *opinião majoritária* ou como resultados de pesquisas por amostragem

realizadas por institutos de pesquisa¹. Segundo Cervellini e Figueiredo (1995), no campo da opinião pública, parece ter acontecido o inverso de outras áreas do conhecimento, onde teorias gerais informam e balizam os estudos que vão progressivamente ficando mais especializados. Nos estudos de opinião pública, a hiper-especialização antecedeu a elaboração de uma teoria geral. Não por acaso, John R. Zaller (1993) comenta: “sabemos muito mais sobre os detalhes de variáveis dependentes particulares do que sobre mecanismos teóricos que atravessam múltiplos domínios de pesquisa”.

Assim, segundo os autores, é razoável afirmar que sabemos cada vez mais sobre cada vez menos. Em segundo lugar, a expressão opinião pública faz parte da família de conceitos que podem ser considerados clássicos em algumas ciências e, portanto, discutido a partir de diferentes matrizes conceituais. Sobre isso, Oncken apud Lazarsfeld (1972) discorre:

O vago e o flutuante não podem ser compreendidos por estarem presos a uma fórmula; e muito menos quando é da própria característica do conceito encerrar mil possibilidades de variação. Mas depois que tudo for dito e feito, toda a gente saberá, se for o caso, o que significa opinião pública. Havendo necessidade de expressá-lo com palavras, ela só pode aparecer cercada de muitas cláusulas restritivas: a opinião pública é um complexo de pronunciamentos semelhantes de segmentos maiores ou menores da sociedade em relação a assuntos públicos (I, II); às vezes espontâneos, às vezes artificiosos manipulados (III); expressos num sem número de maneiras em clubes, assembleias, sobretudo na imprensa e nos periódicos, ou talvez apenas nos sentimentos não revelados de cada um de nós (IV); do homem comum das ruas ou de um pequeno círculo de pessoas cultas (VIII); aqui um fator de força real, que os estadistas precisam levar em conta, ou algo sem qualquer significação política (V); ou ainda algo que será avaliado de maneira diferente em diferentes países (V ou VI); às vezes unidos erguendo-se como maré contra o governo e os peritos, às vezes, divididos, ocultando tendências conflitantes (VIII); em certas ocasiões manifestando as opiniões simples e naturais do povo, em outras, as expressões grosseiras e impensadas de instintos selvagens (VI); conduzindo sempre e sendo sempre conduzidos (V, III); considerados com desdém pelos desabusados

¹Ibope, Data Folha, Vox Populi, entre outros.

OPINIÃO
FERNANDA VASQUES FERREIRA
RAÍZES HISTÓRICAS DO CONCEITO DE OPINIÃO PÚBLICA EM COMUNICAÇÃO

e, no entanto, obrigando os homens a revelarem suas intenções (VI, V), contagiosos como epidemia (X); caprichosos, traiçoeiros (IX); e loucos pelo poder (semelhando nisto o próprio homem) (VI); e, no entanto, apenas uma palavra com que se enfeitam os que estão no poder (V). (ONCKEN apud LAZARSFELD, 1972: 111-112).

No caso da Ciência Política, por exemplo, a questão da opinião pública (a “lei da opinião ou reputação”) aparece nos escritos de Locke como uma espécie de substrato moral da sociedade. No Contrato Social, a opinião pública surge em estreita correlação com a soberania popular, as leis, os costumes e a moral.

Há que se distinguir três tipos de leis, diz Locke. A primeira, a lei divina; a segunda, a lei civil; e a terceira, a lei da virtude e do vício, da opinião ou da reputação ou – Locke emprega o termo indistintamente – a lei da moda. E prossegue a autora na citação: Para compreendê-la corretamente, há que se levar em conta que, quando os homens se unem em sociedades políticas, ainda que entreguem ao público a disposição sobre toda a sua força, de modo que não possam empregá-la contra nenhum concidadão além do que permita a lei de seu país, conservam sem dúvida o poder de pensar bem ou mal, de aprovar ou censurar as ações dos que vivem e mantêm alguma relação com eles. (NOELLE-NEUMANN APUD HOHLFEDT, 2001: 98).

O fenômeno foi também estudado por pensadores importantes como Kant, Burke, Bentham, Benjamin e Constant. Não menos importante para ancorar essa discussão é reconhecer que a mídia popularizou a expressão opinião pública e passou a consolidar uma ideia de que opinião pública é um fenômeno, algo fora da normalidade. Como exemplo pode-se citar as campanhas das Diretas Já que “mobilizaram a opinião pública”, a morte do piloto Ayrton Senna, que “consternou a opinião pública” e as atitudes do ex-presidente Fernando Collor, “que afrontaram a opinião pública”.

Cervellini e Figueiredo (1995) esclarecem que:

OPINIÃO
FERNANDA VASQUES FERREIRA
RAÍZES HISTÓRICAS DO CONCEITO DE OPINIÃO PÚBLICA EM COMUNICAÇÃO

A ideia de opinião pública ficou muito contaminada com o surgimento das pesquisas de opinião, na década de 1930 nos EUA. Como o conceito de opinião pública é anterior às pesquisas e como as pesquisas retratam os aspectos mais visíveis, interessantes e discutidos da opinião pública, é natural que a associação pesquisa-opinião pública seja feita, ainda que essa associação certamente não ajude no esforço de se conceituar algo que, afinal, existe independentemente das pesquisas. (CERVELLINI; FIGUEIREDO, 1995, p. 173)

A despeito da confusão conceitual e da dificuldade de se chegar a um conceito objetivo e cerrado, a inquietação que originou este trabalho gira em torno da discussão sobre as raízes históricas do conceito de opinião pública em comunicação. Isso porque esse se torna um conceito-chave da teoria do agendamento formulada a partir dos anos 60 por Maxwell McCombs e Donald Shaw e que se baseia no conceito de opinião pública formulado por Walter Lippmann. Assim, como parte de um trabalho de doutorado da autora, este artigo tem como objetivo apresentar as raízes históricas dos conceitos de opinião pública na comunicação a partir de uma revisão bibliográfica que traz autores seminais e suas respectivas discussões sobre o entendimento do que venha a ser opinião pública, bem como as origens do conceito e as relações estabelecidas com as comunicações de massa. Por mais que o esforço se volte para a compreensão das origens da opinião pública em comunicação, é indiscutível o retorno às origens políticas do conceito. Isso porque a opinião pública se forma já na Grécia Antiga.

O trabalho que aqui se apresenta contribui para organizar melhor os conceitos e garantir a apresentação de um estado da arte das raízes do conceito, podendo ser utilizado como referência para a compreensão histórica de um assunto costumeiramente presente nos discursos dos cidadãos, mas carente de organização sistemática de estudos sobre suas origens.

Estado da arte do conceito e origens

Assim, o termo opinião está relacionado com a noção de julgamento, embora em um caso a ênfase dada é sobre o valor de alguma coisa, enquanto que no outro sentido, a ênfase se situa numa dimensão moral de julgamento, ou seja, de aprovação ou de censura. As teorias políticas enfatizam o sentido de opinião com relação à conhecimento e sensibilidade moral. O termo público, oriundo do latim *publicus*, significa “o povo”. Na sua primeira interpretação e uso se referia a acesso comum conforme Habermas (1989). Numa segunda acepção, público se refere ao interesse comum e bem comum, ou seja, no sentido de representar o povo.

Já o conceito composto entra em uso generalizado apenas no século XVIII a partir de significativas tendências históricas. As definições históricas, portanto, localizam-se no final do século XVIII e começo do século XIX.

Naquele contexto, a opinião pública era encarada como base de legitimação da democracia (contratualismo) e o requisito básico para tal seria a existência de uma deliberação racional, exprimindo um interesse geral resultante. Habermas, um dos expoentes dessa vertente, coloca a opinião pública, tal como aparece atualmente, como parte do que ele considera uma deterioração da rede comunicativa embasada em um debate racional entre cidadãos. Conforme explica Manin, para Habermas as pesquisas medem “opiniões comuns” mas não “opinião pública”. A racionalidade, dentro da tradição da Escola de Frankfurt, deve ser o caminho para a utopia da emancipação e só existe ao lado de uma “discussão pública, que não sofre restrições e que é isenta de dominação, sobre a adequação e a conveniência de princípios e normas que orientem o agir à luz dos reflexos sócio-culturais. Uma comunicação dessa espécie, em todos os níveis dos processos políticos e repolitizados de formação da vontade”. Trata-se, portanto, de uma visão racionalista da opinião pública, que estaria deslegitimando qualquer manifestação pública baseada em fatores de caráter mais emocional, ou debates que Habermas consideraria despolitizados. (CERVellini; FIGUEIREDO, 1995, p.176).

Steinberg (1972) alerta que “a opinião pública não é facilmente susceptível de definição científica. É um subproduto de processos educacionais bem como do crescimento dos meios de comunicação de massa”. Tarde (1991), por sua vez, entende o conceito de opinião pública como um processo completamente diverso do enquadramento público: “a opinião está para o público (...) tal como a alma está para o corpo” (TARDE, 1991, p.58). O sociólogo entende que opinião é um agrupamento momentâneo e, de certa forma, lógico sobre julgamentos que passam a ser reproduzidos em número em dada circunstância em um mesmo país, em uma mesma época e em uma mesma sociedade, representando a passagem de uma opinião individual para uma opinião coletiva. Arendt apud Sena (2007) também busca conceituar e teorizar opinião pública e nesse esforço ela chega à conclusão de que opinião pública diz respeito ao todo que nós partilhamos uns com os outros de forma involuntária e onde nós podemos intervir mais e que origina uma opinião coletiva.

Outra pesquisadora que se atém a tentar definir opinião pública é Augras (1980). "No nível individual, opinião confunde-se com atitude. No nível coletivo, aparece como entidade mítica: a opinião pública é o sentimento do povo", (AUGRAS, 1980:12). Todavia, ela prefere substituir o termo em questão por correntes de opinião. Speier (1972) é categórico ao enfatizar que mesmo com as dificuldades de um conceito cerrado sobre opinião pública, há uma questão central que deve nortear o conceito e ele se refere ao campo da comunicação:

A opinião pública é frequentemente considerada como opinião revelada a outros ou, pelo menos, notada por outros, de modo que as opiniões alheias, que se ocultam ou disfarçam, podem denominar-se opiniões particulares ou clandestinas. Nessas condições, o critério para distinguir entre a opinião particular e a opinião pública parece residir no domínio da comunicação. (SPEIER, 1972:127).

Com o objetivo de melhor conceituar o termo, Augras (1980) fez um resgate histórico do seu surgimento e trajetória. Nos fins do século V a. C., em Atenas, Grécia, surgiram os líderes de opinião, homens políticos que conduziam o povo, mas mulheres e escravos não faziam parte deste grupo. Os gregos são, efetivamente, os primeiros a pensar a comunicação no Ocidente a partir dos filósofos pré-socráticos e dos sofistas². O desenvolvimento da democracia grega tem a ver com a realização de deliberações dos cidadãos na *ágora*, espaço da *pólis* grega. Essas deliberações consistiam no debate de ideias e consequentemente na formação de opinião.

Os romanos, por sua vez, entenderam os processos comunicacionais como essenciais para o controle social, para a garantia do poder instituído e do exercício político. Eles garantiam um fluxo informacional relevante até para darem conta das opiniões consensuais, antecipando-se às crises, o que, em alguma medida, contribuía para fortalecer as ações tomadas pelos poderes político e militar. Em vez de *ágora*, os romanos têm o *fórum*.

Hohlfeldt (2001) traça a importância das conquistas para o desenvolvimento da comunicação nas diferentes civilizações. Ele aponta, entre outras conquistas, a do papel e o desenvolvimento da imprensa por Gutemberg por serem elementos fundamentais para a difusão das comunicações e, por conseguinte, para o fortalecimento da liberdade de expressão, consolidação da democracia e a consolidação da opinião pública.

Segundo Speier (1972), já nas Cruzadas, ocorridas na Europa, durante a Idade Média, surgem as propagandas que serviam para recrutar homens e angariar fundos para as investidas, onde as opiniões diversas eram consideradas heresias e, portanto, reprimidas. No Renascimento, Augras (1980) ganha destaque o indivíduo e, com isso, o direito de diversidade de

² São os que utilizavam-se da comunicação para exercer poder.

OPINIÃO
FERNANDA VASQUES FERREIRA
RAÍZES HISTÓRICAS DO CONCEITO DE OPINIÃO PÚBLICA EM COMUNICAÇÃO

opinião. No entanto, a autora aponta que no plano político, surge o demagogo, que procura conquistar a opinião do povo e dele ser o representante e por vezes, acaba sendo manipulador. Em 1789, verifica-se, durante a Revolução Francesa, que a opinião proclamada como sendo a do povo pertencia, na verdade, a um pequeno grupo que estava no poder. No século XIX, ocorre a primeira revolução industrial e surge a imprensa e o foco passa para os problemas sociais e econômicos. Com o século XX, tem-se a democracia moderna e as novas técnicas de manipulação de opiniões; a opinião pública serve para avaliar os atos governamentais.

Segundo Sena (2007), na Inglaterra e na França, a opinião pública teve raízes nas instituições sociais como os cafés e os centros de reunião. Eram espaços em que a sociedade burguesa dava prova do seu requinte e de suas ambições intelectuais, ao contrário da aristocracia. Os cafés dos séculos XVIII e XIX se popularizaram como pólos de disseminação de notícias, debates e crítica literária.

Na Europa do século XIX, a opinião pública era sinônimo de opiniões expressas pelos representantes políticos do eleitorado, pelos jornais e pelos membros ou organizações proeminentes da classe média. Na Inglaterra, a fé nos efeitos salutaros da discussão e na capacidade de persuasão da opinião liberal sobre a direção dos assuntos nacionais cresceu, sobretudo graças aos proprietários de terras e às mais altas esferas do comércio que constituíam a classe que integrava a maioria dos membros das câmaras vigentes. Na Alemanha, Itália e França, aqueles que expressavam grande parte da opinião pública eram também os grupos mais endinheirados. (SENA, 2007: 278).

Reside nas origens e na conceituação do termo opinião pública um viés e significado político da palavra que é mais velho do que o significado costumeiramente associado à expressão “opinião pública”. “(...) Em expressões como ‘bem público’, ‘propriedade pública’, ‘lei pública’, nosso ponto de referência não é a comunicação, mas uma questão de interesse geral ou mais precisamente de *respublica*”. (SPEIER, 1972, p.127) Para o autor,

quando se distingue o culto público do particular, Hobbes observou que o público é realizado pela comunidade “como uma pessoa”. Assim, a marca distintiva do culto particular não é necessariamente o sigilo, mas a heresia. Hobbes afirma que o culto particular pode se realizar “à vista da multidão”, o que constitui uma forma antiquada, ainda que mais concreta, de dizer “em público”. Para ele, o culto particular praticado em público era estatuído por leis ou pela “opinião dos homens”. O caminho de entendimento traçado por Hobbes efetivamente nos leva a uma compreensão da opinião pública com sentido político e que é útil para a compreensão das origens do conceito de opinião pública.

Assim, “(...) a opinião pública, em primeiro lugar, é uma comunicação entre os cidadãos e seu governo e apenas secundariamente uma comunicação entre cidadãos”. (SPEIER, 1972, p.128). O autor ressalta que se o governo negar a importância da opinião dos cidadãos sobre questões públicas na elaboração da política ou se impedir a livre e pública expressão de tais opiniões, a opinião pública não existe. Assim, a opinião pública só existe em nações democráticas e, portanto, é inviável nas sociedades autocráticas. Para que funcione, a opinião pública, precisa que haja acesso às informações sobre as questões que interessam à opinião pública. E, isso significa, basicamente que os atos do governo não podem ser mantidos em segredo. Dessa maneira, está posta a publicidade, a transparência e a divulgação dos atos oficiais como condição *sine qua non* para a existência da opinião pública. Essa comunicação pública dos atos governamentais, segundo Speier (1972) já era reclamada pelos filósofos políticos do Iluminismo.

A prática de submeter um orçamento aos representantes do povo, quando não ao público em geral, foi estabelecida na Inglaterra ao tempo da revolução de 1688 e, na França, ao tempo da Revolução Francesa de 1789. Quanto mais progride a democracia e quanto mais intensamente se aprecia a opinião pública como salvaguarda da moral na política, tanto mais veementes se tornam as exigências

OPINIÃO
FERNANDA VASQUES FERREIRA
RAÍZES HISTÓRICAS DO CONCEITO DE OPINIÃO PÚBLICA EM COMUNICAÇÃO

para a abolição do sigilo também na política estrangeira. (SPEIER, 1972:129).

Dessa maneira, há uma proximidade entre o surgimento da opinião pública e o advento das comunicações de massa: ambas passam a se desenvolver no seio de um fenômeno de urbanização massiva que surge a partir das grandes navegações, com as Cruzadas, por exemplo e que se consolida ao longo do século XIX. A Revolução Industrial foi fundamental nesse processo tendo em vista que, ao alargar distâncias, impediu que as pessoas continuassem se comunicando de forma comunitária. A comunicação, portanto, teve de se ajustar a essa nova configuração social provocada por crises políticas e sociais, o aparecimento e fortalecimento do mercado, a dissociação do poder estatal do poder do clero, a explosão demográfica e a individualização crescente e moderna. À guisa das transformações, o que se nota é que os indivíduos desta sociedade moderna não têm mais o seu percurso assegurado pela tradição, mas pela integração espontânea na diversidade de formas coletivas de agrupamento. Dessa maneira, a sociedade necessita de intermediários da comunicação que coloquem os diferentes agrupamentos em contato. Thompson (2002) explica que isso se dá pela substituição do contexto de co-presença – antes possível nas sociedades tradicionais – pelo contexto de comunicação mediada e, essa mediação, se dá basicamente pelos meios de comunicação de massa.

Por consequência, a necessidade de intermediários para que haja comunicação efectiva entre os diversos agrupamentos implica que se criem meios cada vez mais sofisticados de ‘distribuir’ a informação. A comunicação e, neste âmbito, também a própria opinião colectiva, resultam da necessidade de agir racionalmente com o propósito de inserção social. Neste processo concreto de organização colectiva é que os meios de comunicação passam a ter um papel relevante e a contribuir para o aumento da participação das massas – agora mais informadas e participantes da instância chamada ‘actualidade’. (SENA, 2007, p.274-275).

Tarde apud Hohlfeldt (2001) também destaca o papel da imprensa e considerou o jornal como o grande responsável por uma espécie de solidão em meio à multidão que caracterizaria a contemporaneidade:

A partir destas multidões dispersas, em contato íntimo, ainda que distante, por sua consciência da simultaneidade e da interação criadas pela notícia, o jornal criará uma multidão imensa, abstrata e soberana, a que se chamará opinião. O jornal completou assim a obra ancestral iniciada pela conversação, estendida pela correspondência, mas que sempre permaneceu em um estado de esboço disperso e insinuado: a fusão das opiniões pessoais nas opiniões locais, e destas na opinião nacional e mundial, a grandiosa unificação da mente pública... este é um poder enorme que só pode aumentar, porque a necessidade de estar de acordo com a opinião faz-se mais forte e irresistível à medida que o público se torna mais numeroso, a opinião mais imponente e a necessidade se satisfaz mais amiudamente. (TARDE APUD HOHLFELDT, 2001, p.228).

Assim, pode-se falar nas informações e atividades de propaganda do governo como comunicações de um governo a seus cidadãos, ao pessoal de outro governo ou a públicos estrangeiros em geral. Speier (1972) denuncia a ausência de uma história da opinião pública, que combinasse pormenores descritivos com clareza analítica, e que essa lacuna torna duplamente necessário que não se percam de vista seus marcos mais salientes, a saber: as datas que os governos deixaram de censurar a expressão pública da dissensão política. Portanto, o autor destaca que a censura deixa de acontecer na França, durante a Revolução de 1789 e na Inglaterra, em 1695 e, é nessa esteira que a opinião pública passa a existir.

Opinião pública e comunicação

Diante do quadro histórico do conceito traçado anteriormente, é possível afirmar que foi por volta do século XX que a tradição clássica foi enfrentada pelos empiristas:

A tradição empírica na pesquisa da opinião e da atitude principiou modestamente na Alemanha com simples experiências de laboratório sobre a solução de problemas, em que se elaborou a noção de “tendências mentais”. Ganhou força com o trabalho de sociólogos da escola de Chicago, que encetaram o estudo das atitudes e valores. Imediatamente depois, sob a liderança de Thurstone, os psicometristas apresentaram o portentoso problema de medição. E, finalmente, chegou o pessoal da pesquisa de opinião pública, que se, de um lado, restringiu o âmbito conceitual, de outro ampliou sensivelmente o campo das aplicações práticas. (LAZARFELD, 1972, p.107-108).

Enquanto os estudos de opinião pública passavam por um momento de desprezo por parte da comunidade científica, Berelson via a situação da pesquisa de opinião pública como a sétima fase de um processo de expansão e explicou todas as fases para sua consolidação como ciência social empírica:

que principiou com a impressão geral de que alguma coisa chamada opinião pública era importante. Em resultado disso, escritores preeminentes teceram amplas considerações sobre ela durante a segunda fase de desenvolvimento. Numa terceira fase, colheram-se dados empíricos onde quer que se encontrassem: artigos de revistas, discursos ou outros documentos. As deficiências desses dados provocaram, em quarto lugar, intenso interesse pela metodologia do assunto. Nesse ponto se iniciou uma quinta fase, durante a qual órgãos comerciais especializados e institutos universitários assumiram a liderança da pesquisa. Em seguida, estabeleceu-se contacto com vizinhos intelectuais como a Antropologia e a Psicologia, o que possibilitou a sétima fase, na qual estamos ingressando, fase em que se desenvolvem proposições sistemáticas sobre opinião pública: a pesquisa de opinião pública converteu-se em ciência social empírica. (LAZARFELD, 1972, p.108-109).

Lippmann (2008) discorre sobre a legitimidade da opinião pública nas sociedades de massa baseado na impossibilidade de conhecimento direto da realidade. Em um dos capítulos do livro *Opinião Pública*, Lippmann (2008) faz a separação entre “mundo exterior” e as “imagens das nossas cabeças”. O entendimento do autor é que os homens, mesmo em sua experiência individual, não têm acesso direto à realidade. Nesse sentido, o autor faz uma alusão à alegoria da Caverna, de Platão, em que os homens veem apenas sombras e são incapazes de enxergar a realidade em sua totalidade. Todavia, sobre a realidade observada, os homens são capazes de construir opiniões mais fidedignas ao “mundo exterior” do que em situações em que a percepção passa pelos *mass media*. E na sociedade de massa americana dos tempos de Lippmann (2008), as principais questões que exigiam alguma opinião a respeito já aconteciam longe da maioria dos homens. Por exemplo, os discursos contrários e a favor à participação dos EUA na Primeira Guerra Mundial chegaram aos ouvidos da grande maioria dos americanos através dos jornais, rádios e cinemas.

Assim, o autor faz um diagnóstico dos problemas que influenciam a “imagem nas nossas cabeças”, a saber: a atenção e o interesse limitado frente ao universo de informações sobre os acontecimentos; a limitação do potencial de comunicação das palavras e dos meios técnicos para transportá-las; os estereótipos; os interesses particulares e as formas de construção dos interesses comuns; a censura e a restrição a algumas informações; a falta de contato com os acontecimentos ou a oportunidade de conhecê-los; e, mesmo, o tempo em que a experiência humana ocorre.

Aqueles aspectos do mundo que têm a ver com o comportamento de outros seres humanos, na medida em que o comportamento cruza com o nosso, que é dependente do nosso, ou que nos é interessante, podemos chamar rudemente de opinião. As imagens na cabeça destes seres humanos, a imagem de si próprios, dos

OPINIÃO
FERNANDA VASQUES FERREIRA
RAÍZES HISTÓRICAS DO CONCEITO DE OPINIÃO PÚBLICA EM COMUNICAÇÃO

outros, de suas necessidades, propósitos e relacionamentos, são suas opiniões públicas” (LIPPMANN, 2008, p.40).

Desse modo, o autor norte-americano aponta que as pessoas avaliam a realidade externa enquanto imagens pintadas em seus cérebros que raramente correspondem ao que a realidade efetivamente é. Para Lippmann (2008), essas imagens vão se tornando, com o passar do tempo cada vez mais estabelecidas, estandardizadas, ou seja, são criados os estereótipos. A opinião pública, então, seria a média das opiniões circundantes em uma determinada sociedade, num momento determinado.

A principal característica deste conceito é o fator coincidência, diferente de outros que pressupõe uma construção coletiva via interação social. Lippmann (2008), em suma, acredita que a sociedade não se funda na “comunhão”, nem na “convenção”, mas na “coincidência”. A opinião pública, para o autor, seria fruto da ação de grupos de interessados ou de pessoas agindo em nome de grupos. A opinião reconhecida como pública, então, seriam as opiniões feitas públicas. E não as opiniões surgidas do público.

Os estudos mais contemporâneos buscam a compreensão mais global do fenômeno de formação da opinião pública e as suas respectivas implicações não descuram os efeitos dos meios de massa na formação da opinião. Assim, é possível dizer que as notícias de diferentes fontes podem, de vez em quando, provocar mudanças nas preferências coletivas do público. Essa afirmação se justifica fundamentalmente porque os meios de comunicação de massa não são constituídos por veículos de informação neutros, tendo em vista o trabalho de enquadramento temático das questões divulgadas ao público que levam em consideração as diferentes forças políticas envolvidas, além das especificidades do trabalho da comunicação que envolvem corpo e cultura profissional e regras de operacionalização.

A pesquisa sobre opinião pública se desenvolve na Alemanha e na Escola de Chicago. Mas é Harold Lasswell, o nome expoente no contexto dos estudos porque se detém sobre a conceituação e análise nas pesquisas em comunicação e opinião pública. Muito provavelmente, Lasswell se debruça sobre esse conceito em função do crescente esforço de defesa estadunidense a partir do início da Segunda Guerra Mundial entre 1938 e 1939, conforme aponta Varão (2012).

Em sua tese de doutorado, a autora explica as razões metodológicas que a fez estudar em profundidade esse pesquisador, já que ele, juntamente com outros cientistas sociais, é chamado para promover estudos e reflexões sobre o estado do campo da comunicação de massa e os estudos de opinião pública³. Assim, segundo Varão (2012) o conceito de opinião pública passa a ser reavaliado por Lasswell em função das necessidades da Divisão Experimental da Comunicação em Tempos de Guerra após a publicação do trabalho *Radio as an Instrument of Reducing Personal Insecurity*⁴ e é após essa fase que o pesquisador faz suas opções quanto ao método quantitativo. As ciências sociais viviam um momento de crise em relação a outras ciências ditas puras. Era, portanto, necessário marcar o lugar das pesquisas a partir da quantificação, sob pena de as ciências sociais serem questionadas e colocadas em posição de inferioridade em relação a outras áreas de investigação.

Assim, entende-se que o maior esforço no que tange aos estudos de opinião pública se concentram com o advento das comunicações. "Na era das comunicações de massa, a massa teria condições de informar o governo sobre as repercussões de seus atos, num processo contínuo de *feedback*". (AUGRAS, 1970, p.15).

Apesar da diversidade de conceitos e autores, há um ponto em comum: eles concordam que a opinião pública surge com a ascensão da classe média,

³ As pesquisas foram ancoradas no *The Rockefeller Foundation Communication Seminar*.

⁴ Rádio como instrumento de redução da insegurança pessoal.

se deve à ascensão e ao desenvolvimento de instituições democráticas, ao aumento das taxas de alfabetização e, sem dúvida alguma, ao lugar de destaque dos meios de comunicação de massa na sociedade. Isso porque, a mídia passa a ter papel preponderante nas sociedades complexas. A teoria funcionalista da *communication research* já sinalizava essa importância quando atestava que essa teoria não se detinha ao estudo dos efeitos como as anteriores, mas ao estudo das funções.

De uma situação específica como uma campanha informativa, passa-se para a situação comunicativa mais <<normal>> e usual da produção e difusão quotidiana das mensagens de massa. As funções analisadas não estão associadas a contextos comunicativos especiais mas à presença normal dos *mass media* na sociedade. Segundo este ponto de vista, a teoria funcionalista das comunicações de massa representa um momento significativo da transição entre as teorias precedentes sobre os efeitos a curto prazo e as hipóteses posteriores sobre os efeitos a longo prazo (...). (WOLF, 2001).

O papel dos meios vai passar a ser estudado por pesquisadores ligados às mais diferentes correntes e áreas de pesquisas, o que vai acarretar, em certa medida, uma heterogeneidade dos estudos e, por que não dizer, uma interdisciplinaridade entre as pesquisas em Comunicação e a Sociologia, as Ciências Políticas, entre outras. Os próprios “pais fundadores” da comunicação são oriundos de outras áreas⁵. Isso desenha um cenário na pesquisa em comunicação que leva em conta os estudos do funcionamento, dos efeitos e do lugar dos meios de comunicação na sociedade de massa.

Mais uma vez, é possível afirmar que a opinião pública está intrinsecamente ligada aos estudos de comunicação, como pode ser observado na abordagem empírica de campo ou teoria dos efeitos limitados que considera a comunicação em dois níveis, limitando os efeitos das comunicações de massa a partir do reconhecimento da figura dos líderes de

⁵ Chamados de *forefathers* (pais fundadores) por Wilbur Schramm: o cientista político, Harold Dwight Lasswell, o sociólogo Paul Felix Lazarsfeld e os psicólogos Carl Iver Hovland e Kurt Zadek Lewin.

opinião como relevantes na produção da influência. Bernard Berelson e Paul Lazarsfeld são os principais nomes dessa teoria que pondera os efeitos dos meios e que realça a importância dos líderes de opinião no modelo *two-step flow*.

Considerações finais

A partir do exposto, é possível compreender o estado da arte do surgimento do termo opinião pública em outras áreas do conhecimento e os exercícios feitos para se tentar conceituar o que é opinião pública a partir das diferentes matrizes conceituais de áreas e autores distintos. Os teóricos aqui apresentados revelam a complexidade não só da conceituação, mas a escassez de trabalhos publicados que organizem sistematicamente o assunto.

Todavia, o que se pode apreender é que os estudos de opinião pública foram constituídos por diferentes áreas ao longo da trajetória desde a origem do termo e da situação mais prática cotidiana na *ágora*, por exemplo. Cientistas políticos, sociólogos, historiadores entre outros, figuram papel importante na tentativa de esclarecer conceitual e historicamente opinião pública.

Mas há um elemento que merece destaque. Há uma correlação forte entre os fatores que impulsionaram os estudos em opinião pública e os fatores que contribuíram para o advento das comunicações de massa. Hohlfeldt (2001) e Thompson (2002) tratam disso em suas obras e esclarecem que o comércio, as navegações, os frutos dos impulsos dados pela Revolução Industrial, o “fim”, se assim pode-se dizer, da censura, o estabelecimento de sociedades democráticas e, efetivamente, a consolidação das comunicações, são fatores que, de fato, contribuem para consolidar a opinião pública e seus estudos.

A comunicação, portanto, está vinculada à opinião pública. Seus primeiros estudos e seus “pais fundadores” estão intrinsecamente associados aos estudos empíricos de opinião pública em um momento em que governos dão relevo à comunicação como instrumento de poder e, portanto, carecem de conhecer o que pensam seus governados. Lasswell, Lazarsfeld, Berelson e Lippmann ofereceram grandes contribuições aos estudos empíricos – que, em certa medida, responderam prontamente à consolidação de uma ciência que dependia de “provas contundentes” para se firmar como ciência e não ser relegada a uma ciência menor – sendo considerados importantes nomes na área da comunicação. Estudados até hoje e dignos de trabalhos exaustivos como a tese de Varão (2012), estes autores suscitam debates, mas de alguma maneira, contribuíram para um olhar da comunicação, mesmo que não genuinamente da comunicação, sobre a questão da opinião pública.

Referências

- AUGRAS, Monique. *Opinião Pública – Teoria e Pesquisa*. Rio de Janeiro: Vozes, 1980.
- CERVELLINI, Sílvia; FIGUEIREDO, Rubens. Contribuições para o conceito de opinião pública. *Opinião Pública*, Campinas, v. III, nº 3, p. 171-185, dez. 1995. Disponível em: <http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/50629/mod_resource/content/1/figueredo_cervellini.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2014.
- HABERMAS, J. *Consciência moral e agir comunicativo*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.
- HOHLFELDT, Antônio. *Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação*. In: HOHLFELDT, Antônio. (org) *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- HOHLFELDT, Antônio. *As origens antigas: a comunicação e as civilizações*. In: HOHLFELDT, Antônio. (org) *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- HOHLFELDT, Antônio. (org) *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- LAZARSFELD, Paul F. *A opinião pública e a tradição clássica*. In: STEINBERG, Charles S. (org). *Meios de Comunicação de Massa*. São Paulo: Cultrix, 1972.
- LIPPMANN, Walter. *Opinião Pública*. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.
- McCombs, Maxwell. *A teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública*. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- PRICE, Vincent. The Public and Public Opinion in Political Theories. *Public Opinion Research*. The Sage handbook of public opinion research, p. 7-24, 02 ago. 2007. Disponível

OPINIÃO
FERNANDA VASQUES FERREIRA
RAÍZES HISTÓRICAS DO CONCEITO DE OPINIÃO PÚBLICA EM COMUNICAÇÃO

em: http://www.sagepub.com/upm=data/19016_4984_Donsbach_Ch01.pdf Acesso em: 30 de jun. 2014.

SENA, Nilza Mouzinho de. *Espaço público, opinião e democracia*. Estudos em Comunicação nº 1, Abril-2007. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/01/pdfs/sena-nilza-espaco-publico-democracia.pdf>. Acesso em: 01 de jul de 2014.

SPEIER, Hans. O desenvolvimento histórico da opinião pública. In: STEINBERG, Charles S. (org). *Meios de Comunicação de Massa*. São Paulo: Cultrix, 1972.

STEINBERG, Charles S. (org). *Meios de Comunicação de Massa*. São Paulo: Cultrix, 1972.

TARDE, Gabriel. *A Opinião e a Multidão*. Publicações Europa-América, Biblioteca Universitária: Lisboa, 1991.

VARÃO, Rafiza. *Harold Lasswell e o campo da comunicação*. 2012. 244 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília. 2012.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 2001.

ZALLER, John R; PRICE, Vicent. Who Gets the News: Measuring Individual Differences in Likelihood of News Reception. *Public Opinion Quarterly*, v.2, n.2, p.133-164, 1993.