

OPINIÃO PÚBLICA, MEDIA E CONSENSO

Carla Baptista

64

Revista de Humanidades e Tecnologias
Os Universos da Comunicação

A publicação de inquéritos de rua é relativamente comum nos jornais, em especial quando determinado tema se mantém em agenda durante um período prolongado de tempo.

Menos ambiciosos do que as sondagens, os inquéritos de rua partilham com estas o objectivo de dar a palavra aos cidadãos. A recolha de diversas opiniões mais ou menos homogêneas permite a detecção de um "sentimento geral" sobre o tema em discussão.

À opinião maioritária passamos a chamar opinião pública, conferindo-lhe um valor que sustenta e legitima as opções políticas em regimes democráticos.

A opinião pública substitui nas sociedades modernas o "coro" dos gregos na tragédia clássica. É um personagem colectivo, cuja voz se assemelha a uma "toada" com funções polivalentes – reforçar o carácter dramático dos eventos passados, anunciar ou alertar para o futuro e também assegurar a participação e a compreensão de todos no espectáculo a decorrer.

O inquérito de rua é emblemático desta terceira função: tem simultaneamente a capacidade de mobilizar os distraídos, ao destacar determinado tema, e de impôr como "mais acertado" o ponto de vista dominante.

O conceito de opinião pública tem suscitado as mais diversas reflexões, desde a abordagem marxizante de Pierre Bourdieu, expressa no título de um seu célebre artigo ("A opinião pública não existe") até à visão problematizante do autor alemão Niklas Luhmann.

Luhmann começa por questionar as condições de improbabilidade da própria comunicação.

"Temos, por um lado, uma improbabilidade relacionada com a compreensão, resultado de um certo solipsismo próprio dos contextos comunicacionais. Outra fonte de improbabilidade está relacionada com a capacidade de recepção, onde prevalece um pluralismo de situações e interesses. Por último, a improbabilidade relativa aos resultados pretendidos: mesmo quando as dificuldades anteriores são ultrapassadas, resta, como derradeira, a de conseguir incorporar a comunicação ao nível do comportamento (do Outro)", esclarece João Pissarra Esteves no prefácio da obra *A Improbabilidade da Comunicação* (Luhmann, 1992: 24).

Pissarra Esteves adverte que "auto-referencialidade não deve ser tomada como sinónimo de fechamento. O processo de comunicação deve conservar sempre um certo grau de abertura, pois só assim pode ser garantida a produção regular de informação" (pág. 26).

Sendo improvável "que alguém compreenda o que o outro quer dizer (...) improvável aceder aos receptores (...) improvável obter o resultado desejado", no entanto as pessoas comunicam (pág. 42).

Luhmann inicia mesmo o seu texto com uma afirmação peremptória: "Sem comunicação não existem relações humanas nem vida humana propriamente dita" (pág. 39).

Define informação como os "conteúdos selectivos da comunicação" (pág. 43). O que é que faz com que algo seja considerado informação? "É necessário que algo seja novo ou excepcional para que mereça ser comu-

nicado" (pág. 58). O que, no seu entender, não inclui, "antes pelo contrário", a repetição monótona, do tipo jogos de futebol, acidentes, comunicados do governo, criminalidade.

Outro critério é o do conflito. Propositadamente, ou não, Luhmann encaminhou os seus critérios de selecção para fórmulas muito próximas dos "valores-notícia", definidos por Golding e Elliot, ou aquilo que define a posição ocupada por um acontecimento no interior de uma escala de "noticiabilidade".

É uma tendência "moderna", diz Luhmann, esta de conformar um conflito à manifestação de duas posições; uma "a favor", e outra "contra". A opinião pública é precisamente um excelente meio para a digestão e anulação de conflitos, já que os encaminha para uma solução. "Na opinião pública, os conflitos são considerados indesejáveis e, por esta razão, preferentemente reproduzidos", afirma Luhmann (pág. 82).

Sendo os media um dos veículos de expressão da opinião pública, é natural que o jornalismo também partilhe da visão que identifica o bem com a harmonia de objectivos e o mal com o conflito. A desejada neutralidade, a que já poucos chamam "objectividade" jornalística, funda-se nessa operação de identificar "os dois lados" da questão e apresentar os respectivos argumentos.

Michael Shudson aponta as qualidades de escrita que constroem essa estrutura "simplex e unidimensional" a que chamamos jornalismo: "Apesar da notícia pretender ser mimética, está em muitos aspectos próxima das formas literárias (...) Por exemplo, a ênfase dada a conflitos abertos, antagonistas identificáveis e eventos visíveis, em vez de processos sociais subjacentes, pode ser explicada por uma perspectiva de acção social, mas uma explicação literária também funciona (Shudson, 1988:25).

Se "as pessoas contam histórias de maneira semelhante" é porque existe uma estrutura uniformizante, orientada por padrões e tradições narrativas que, não só disponibilizam um conjunto de "técnicas de redacção" como definem os acontecimentos que merecem prioritariamente ser contados.

Luhmann acrescenta que o cenário confuso em que as notícias ocorrem "pode ser reduzido a um princípio unificado: à necessidade de descontinuidade, movimento, ritmização temporal" (pág. 79).

O autor radica o conceito de opinião pública "numa longa tradição". Até ao século XVIII, contudo, o conceito de "público" sobreviveu na oposição entre público e privado e, sobretudo, entre público e secreto. A "essência de coisas importantes na natureza e na república civil eram também vistas como secretas" (pág. 65).

Trata-se de um código de interpretação dos acontecimentos que continua actuante na gestão das relações entre o poder político e o poder mediático. Revelar os segredos dos poderosos, eis a eterna missão dos jornalistas; manter secretas as decisões ou os factos importantes, até prova em contrário de que a sua divulgação possa gerar ganhos políticos, eis ainda uma das preocupações principais dos nossos políticos e burocratas.

A moderna opinião pública é, no entender do autor, o "soberano secreto e a autoridade invisível da sociedade política. A opinião pública foi estilizada como um paradoxo, como o poder invisível do visível".

A opinião pública é uma "ideia culminante" do sistema político. A evolução não foi feita sem uma grande sobrecarga do conceito e uma forte idealização do indivíduo. Supomos que a opinião pública exerce uma acção censurante, de forma objectiva e imparcial.

Esta opinião pública – de indivíduos letrados, iluminados, isentos e racionais – desempenha a função de "árbitro" do sistema político, corrigindo as injustiças, alertando para os problemas sociais e conformando a acção dos governantes às expectativas da população.

Se perguntarmos qual a fonte desta opinião, o conceito dissolve-se, diz Luhmann. Propõe, não o seu abandono, mas a sua "reconstrução".

A opinião pública "não se refere ao que realmente acontece na(s) consciência(s) das pessoas individuais, ou de muitas pessoas, ou de todas, num momento particular no tempo. Não remete para o que as pessoas realmente pensam, o que elas compreendem, o que atrai a sua atenção ou o que conseguem lembrar. Isso equivaleria a um caos indescritível de diferença simultânea, e à impossibilidade de qualquer coordenação, devido exclusivamente à simultaneidade da experiência (pág. 69).

A opinião pública é uma rede de comunicação que não força a participação mas garante a circulação e eventual selecção de um repertório comum a ambos os lados.

Neste sentido, a opinião pública pode ser entendida "como um meio no qual são criadas formas e logo dissolvidas através da comunicação contínua" (pág. 73).

No caso do sistema social, a opinião pública existe como o meio de estabelecer uniões fortes. "Não há nada que garanta a possibilidade de atingir acordos reais. Mas há uma comunicação pública que se apoia nesta ligação e assegura a sua continuidade" (pág. 73).

Este "meio" das alianças estratégicas, embora efabuladas, é o *habitat* de dois discursos, que se completam. O primeiro é identificado por Luhmann da seguinte forma: "A imprensa e o audiovisual dão forma a este meio. Eles não transferem nada. Determinam o meio que é talhado para eles e só existe com eles" (pág. 75).

Enquanto os media usam a opinião pública para assegurar a continuidade e efectividade da sua "fala", o sistema político usa-a como "sensor" de temas para incorporar no seu discurso. "Desempenhando a função de esconder a evidência, a opinião pública tem o mesmo papel que a tradição nas sociedades antigas: oferecer algo a que se possa aderir e ser salvo de recriminação" (pág. 85).

Esta função de "encobrir a realidade", é compensada pela ilusão do novo e do diferente sugerida pelos media.

A metáfora (da transparência) do espelho é usada por Luhmann para clarificar esta sua visão "desesperançada" das possibilidades libertadoras da opinião pública: "A política só pode vislumbrar-se no espelho da opinião pública, fixada que está no contexto artificialmente escolhido das suas próprias possibilidades de movimento" (pág. 86).

Para ver claro, é preciso desviar o olhar do espelho (como nos quadros de Noronha da Costa, em que a imagem pintada só estabiliza quando saímos da sua sombra).

Podemos atribuir à opinião pública a mesma natureza especular que Althusser encontrou na ideologia: "Aquilo que parece passar-se fora da ideologia, passa-se na realidade na ideologia (...). Por isso aqueles que vivem na ideologia crêem-se por definição fora dela (...). A ideologia nunca diz: "eu sou ideológica" (...). Assim, a ideologia não tem fora (para ela) ao mesmo tempo que ela não existe senão fora (para a ciência e para a realidade) (Althusser, 1975: 119).

A opinião pública é um rótulo para fixar o olhar, apazigua, cria a ilusão confortável do grupo solidário, coeso e irmanado em interesses comuns. Enlaça-nos a todos na clausura desse olhar narcísico que ignora que também é observado.

Há uma maneira mais optimista de entender as teses de Luhmann sobre este assunto. Se "o sistema político usa a opinião pública para se tornar capaz de se observar e desenvolver estruturas de expectativas correspondentes", isso significa que as pessoas ainda estão do outro lado do espelho.

Quando esta ligação de mútua vigilância é quebrada, o sistema entra em "navegação solitária", desprovido de quaisquer mecanismos de correcção de rumo.

Elisabeth Noelle-Neumann apresenta, num livro intitulado *La espiral del silencio*, uma visão da opinião pública semelhante à avançada por Niklas Luhmann. Diz que o conceito de opinião pública se baseia no medo do isolamento, contribuindo para formar a "espiral do silêncio".

A opinião pública promove assim a integração e a conformação à lei, uma tendência que se acentua em períodos de crise: "Cuando la sociedad está en crisis aumenta la presión hacia la conformidad" (Noelle-Neumann, 1995: 181).

A "espiral do silêncio" acciona um mecanismo de vigilância, delimitando um espaço controlado de recolha e reciclagem da palavra política, que assim regressa ao espaço público (ou ao seu simulacro) com uma forma "arrumada" e um sentido naturalizado pelos "factos da vida".

A racionalização do conflito pacifica a sociedade, dando a todos uma explicação convincente. A explicação ou a interpretação dos eventos é uma estratégia típica dos jornais de referência. Para além de cumprir uma função pedagógica, ao alinhar e relacionar factos complexos e por vezes distanciados no tempo e no espaço, também menoriza a angústia de um leitor exposto a níveis intensos de informações, cuja combinação é pouco inteligível.

Ao invés de potenciar os problemas e dilemas resultantes de um conflito, os media tendem a encerrá-lo rapidamente em modelos onde possa ser compreendido de forma consensual. O que quer que aconteça no mundo, pode sempre adquirir sentido, parecem dizer aos seus leitores os editoriais dos jornais.

Julgamos que não é abusivo dizer que os media usam o consenso como o ingrediente principal das estórias que produzem, o que nos con-

duz à visão dos media como veículos instrumentalizados de várias dominações, mais ou menos totalitárias em função das sociedades onde emergem mas sempre contribuindo para uma certa alienação colectiva e deslocação dos verdadeiros centros de interesse.

Os media também podem contribuir, embora não seja forçoso que o façam, para a dispersão de vitalidades ou movimentos potencialmente desestruturantes da ordem económica e política vigentes.

Associar o consenso aos media parece contraditório. A ideia de notícia remete para aquilo que é insólito e contra a natureza das coisas. Usando uma expressão de Armand Matellart, "o reino da notícia poderia pintar-se como o reino da anarquia". A notícia fornece ao auditório um conjunto de dados sobre uma realidade que se define como efémera, transitória e conjuntural. Matellart diz mesmo: "Fora do tempo e do espaço, separada do futuro e do passado, a informação reduz-se a um presente efémero e anedótico. Possui o carácter transitório de todo o objecto de consumo".

A própria contingência das notícias se destinarem ao consumo dos leitores e de serem produzidas no interior de empresas jornalísticas situadas num mercado concorrencial, obriga ao engendramento de efeitos de fascinação ou estratégias de sedução dos leitores. É neste momento que as notícias se tornam histórias, passando o seu relato a obedecer a técnicas de construção dramática e narrativa semelhantes ao da escrita ficcional.

Estes mecanismos são bem conhecidos de todos – personalização, bipolarização ou maniqueização, predomínio dos esquemas binários, escolha de ângulos emotivos, construção dramática das personagens, cujos traços psicológicos se misturam habilmente e sucintamente com a descrição mais ou menos colorida dos seus feitos.

A visão do jornalismo como "estória" ou processo narrativo envolve o accionar de dispositivos de enquadramento e de interpretação fortemente condicionados por leituras ideológicas. O pedaço de mundo que todos os dias vem capturado num jornal, que ali se deixou prender sem aparentemente estremunhar, foi arrancado de um presente caótico, simultâneo e hiper-concentrado, espesso e opaco cuja apresentação envolve operações de selecção, desconstrução e simplificação.

O jornalismo tem, para se defender, alguns critérios que legitimam eticamente as escolhas noticiosas que faz e que, sendo muito diversos, são presididos por dois conceitos: a actualidade e o interesse público. Algumas regras ou técnicas de redacção na construção das notícias asseguram ainda a eficácia narrativa do jornalismo: clareza, objectividade, rigor, interesse humano.

Há uma simetria no tipo de relação que a opinião pública estabelece com o sistema político e, por outro lado, o jornalismo mantém com a realidade que conta. Tal como a opinião pública não vigia o sistema político, antes se deixa por ele mirar para depois lhe devolver uma imagem de si; o jornalismo não conta simplesmente o mundo, dá-lhe um sentido. Neste jogo de espelhos em que todos se olham e são olhados, os media

oferecem o único lugar de exposição. Eles são a mostra onde os objectos, os personagens e os acontecimentos se alinham e concorrem pela ocupação de espaço

Referências bibliográficas

- ALTHUSSER, LOUIS: "Ideologia e Aparelho Ideológico de Estado", in *Posições*, Livros Horizonte, Lisboa, 1975.
- BRETON, PHILIPPE: *A Utopia da Comunicação*, Instituto Piaget, Lisboa, 1994.
- JENNY, Henry-Pierre: *A Sociedade Transbordante*, Século XXI, Lisboa, 1995.
- LIHMANN, NIKLAS: *A Improbabilidade da Comunicação*, Vega, Lisboa, 1992.
- MATELLART, ARMAND: *Meios de Comunicação de Massas, Ideologias e Movimento Revolucionário*, vol. I e II, Iniciativas Editoriais, Lisboa, 1977.
- MIRANDA, JOSÉ BRAGANÇA DE: "Espaço Público, Política e Mediação" in *Comunicação e Política, Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 21-22, Edições Cosmos, Lisboa, pp. 129-138, 1995.
- NOELLE-NEUMANN, ELISABETH: *La Espiral del Silencio*, Ediciones Paidós, Barcelona, 1995.
- SCUDSON, MICHAEL: "Porque é que as notícias são como são?" in *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 8, Lisboa, pp. 17-27, 1988.