

Espaço público, opinião e democracia

Nilza Mouzinho de Sena^(*)

^(*)*Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas – Universidade Técnica de Lisboa*

E-mail: nsena@iscsp.utl.pt

Conceito de opinião pública e delimitação teórica

A opinião corresponde sempre a um juízo formulado a respeito de qualquer facto e a sua dimensão pública surge quando essa opinião é partilhada com um vasto número de indivíduos a tal ponto que, a observação emitida poderia ser de qualquer um deles. Naturalmente que esta definição é demasiado simplista e meramente introdutória, não fosse a complexidade do tema indestrinçável da teia social e do processo comunicativo.

Neste contexto, surgem de imediato algumas indagações que se prendem com a análise da própria expressão *opinião pública*: de quem são as opiniões que formam a opinião pública? A opinião pública exprime necessariamente um consenso ou a opinião de uma maioria? Admite-se que a opinião pública tem poder ou são os *media* que têm o poder?

A opinião pública é quase uma força abstracta que nenhuma constituição prevê de forma institucionalizada, mas cuja expressão constitui o fundamento implícito de todas as democracias. Alfred Sauvy afirma que “a opinião é um árbitro, uma consciência, diremos que quase um tribunal desprovido de poder jurídico, mas receado. É o foro interior de uma nação. A opinião pública, esse poder anónimo, é uma força política e essa força não foi prevista por nenhuma constituição”¹.

As primeiras teorizações acerca da opinião pública surgiram pois durante o século XVIII, período no qual diversos cientistas políticos, historiadores e sociólogos aludiram à expressão para justificar certas atitudes, porque ao nível individual a opinião confundia-se com uma atitude. A tradição empírica na pesquisa de opinião e da atitude principiou modestamente na Alemanha com simples experiências de laboratório sobre a solução de problemas, em que se

¹ Alfred Sauvy, *L'Opinion Public*, Paris, Presses Universitaires de France (PUF), Collection Que Sais-Je?, 1977, p. 3.

elaborou a noção de “tendências mentais”². Seguidamente, ganhou força com o trabalho de sociólogos da Escola de Chicago, que encetaram o estudo das atitudes e valores, no qual o nível colectivo começa a ser valorizado.

Os psicometristas apresentavam o portentoso problema da medição da opinião. Finalmente, o pessoal da pesquisa de opinião pública restringiu o âmbito conceptual, mas ampliou sensivelmente o campo das aplicações práticas. A pesquisa de opinião pública converteu-se em ciência social empírica, com as dificuldades próprias decorrentes da passagem de um conceito antes intuitivamente apreendido, para um objecto de investigação científica de grande complexidade.

Depois das primeiras dissertações sobre o tema permanecia incógnita a definição do conceito, pelo que Steinberg admitia mesmo, ainda no decénio de 70, 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”³.

O eminente sociólogo Gabriel Tarde entende a opinião como um processo completamente adstrito ao enquadramento público, fazendo a seguinte analogia: “a opinião está para o público (...) tal como a alma está para o corpo”⁴. Na sua perspectiva, “a opinião (...) é um agrupamento momentâneo e mais ou menos lógico de julgamentos. Respondendo a problemas actualmente colocados, esses julgamentos encontram-se reproduzidos em numerosos exemplares junto de pessoas do mesmo país, da mesma época e da mesma sociedade”⁵, pelo que representa a transformação de uma opinião individual numa opinião colectiva. Esse mesmo raciocínio parece estar patente na teorização de Hannah Arendt, já que refere que a questão da opinião pública⁶, sobretudo a que está relacio-

²Cfr. Paul Lazarsfeld, *A Opinião Pública e a Tradição Clássica*, in AA.VV., Charles Steinberg

(org.), *Meios de Comunicação de Massa*, Cultrix, São Paulo, 1972, p. 107.

³Idem, *Ib*, pp. 103/104.

⁴Gabriel Tarde, *A Opinião e a Multidão*, Publicações Europa-América, Biblioteca Universitária,

Lisboa, 1991, p. 58.

⁵Idem, *Ib*, p. 61.

⁶Monique Augras considera que é mais correcto falar-se em formação de *correntes de opinião*, uma vez que as correntes de opinião são dotadas de dinamismo, enquanto que a opinião pública engloba uma *opinião estática* (que corresponde a uma disposição ou sentimento latente em relação a determinado assunto) e uma *opinião dinâmica* (que corresponde ao aparecimento progressivo ou repentino de uma tomada de posição perante um problema).. A opinião pública manifesta ora o fenómeno latente, ora o manifesto, pelo que um “acontecimento pode cristalizar

nada com factores políticos “diz respeito ao todo que nós partilhamos uns com os outros de forma involuntária e onde nós podemos intervir mais, porque temos quase mais ocasião de fazer uma experiência directa”⁷ que origina uma opinião global.

O conceito tem assumido contornos díspares em função dos autores, da época e do enquadramento, daí que não raramente o vejamos também associado a sistemas políticos, redes comunicacionais ou escolhos públicos. Arredada fica a concepção que faz acreditar que à opinião pública corresponderia a soma das opiniões individuais da maioria, simplesmente porque “a opinião pública não é um sufrágio popular”⁸.

Contudo, a generalidade dos autores concorda que a opinião pública se relaciona a ascensão da classe média, a difusão e desenvolvimento de instituições democráticas, o aumento considerável de taxas de alfabetização e literacia e, obviamente, o lugar cada vez mais destacado dos meios de comunicação. “Somente quando se reduziram as desigualdades económicas e sociais e os elementos da população que se elevavam não se mostraram dispostos a aceitar a desigualdade política, foi possível exigir que o governo fizesse concessões à opinião pública”⁹.

Ao longo do século XX o panorama dos *mass media* viu-se inundado por uma série de estudos que tentavam explicitar o seu funcionamento, as suas influências e, sobretudo, o seu lugar numa sociedade de massas. Os estudos contemporâneos, mais consentâneos com a compreensão global do fenómeno de formação da opinião pública e respectivas implicações, não descaram os efeitos dos *media* na formação da opinião. É relativamente certo afirmar que

uma opinião latente, provocando o aparecimento de uma corrente de opinião”. – Cfr. Monique Augras, *Opinião Pública – Teoria e pesquisa*, Editora Vozes, Petrópolis, 1980, pp. 16/17. Já Alfred Sauvy simplifica esta concepção ao considerar apenas a distinção entre *opinião permanente e correntes de opinião*. Este autor entende a opinião permanente ou durável as atitudes clássicas, mesmo aquelas opiniões que não assumem a forma de dogmas, ou seja, “as que não apresentam grande interesse”. Inversamente, as correntes de opinião criam-se mais frequentemente no seguimento de factos novos. Cfr. Alfred Sauvy, *Op. Cit.*, p. 9.

⁷Hannah Arendt, *Qu'est-ce que la politique ?*, Édition du Seuil, Collection L'Ordre Philosophique, Paris, 1995, p. 89.

⁸Alfred Sauvy, *Op. Cit.*, p. 5.

⁹Hans Speier, *O Desenvolvimento Histórico da Opinião Pública*, in AA.VV., Charles Steinberg (org.), *Op. Cit.*, p. 133.

“as notícias de diferentes fontes podem, de vez em quando, provocar mudanças nas preferências colectivas do público”¹⁰.

Com efeito, os *media* não são simples veículos neutros da informação transmitida, pois fazem um exigente trabalho de enquadramento temático das questões que divulgam ao público, mas nem sempre informam atribuindo a mesma importância aos factos que as fontes enfatizam, sobretudo as mais próximas das elites políticas ou mesmo segundo os critérios de interesse e exigência públicos. “Os diferentes domínios mediáticos guardam uma autonomia limitada, uma vez que certos valores profissionais e individuais influem no trabalho mediático e porque a linha política geral não é sempre perfeitamente servida e os *media* podem mesmo autorizar-se a si próprios a tratar certas temáticas – algumas reportagens colocam em causa o ponto de vista dominante”¹¹. Afinal como se constroem as agendas? Que justificações existem para os desvios entre indicadores de comportamento social e a própria agenda mediática? Qual o critério para validar as sondagens de opinião como medida para a opinião pública? Estas e outras questões preenchem o universo dos investigadores que estudam a relação entre *media* e opinião pública, que o mesmo é dizer entre os *media* e a sociedade em geral. Portanto, é a partir da análise da sociedade enquanto organização colectiva que podemos entender e estudar a necessidade de comunicação do indivíduo, que o permite engajar-se socialmente e, paralelamente, a presença sintomática e ascendente dos meios de comunicação massa que acompanham a complexidade social.

O questionar o espaço público e a formação da opinião pública como estandartes de um sistema político aberto e flexível, que introduz informação e canais de comunicação com a mesma facilidade com que antes se instituíam esporas e amarras, permite que nos antecipemos a pensar sobre os acontecimentos públicos, sobre as mensagens veiculadas pelos *media* e que recebemos diariamente como realidade endógena do próprio processo de mediatização. Muitos desses acontecimentos não existiriam sem a componente afectada ao seu encaixe público. A sua publicitação é que torna o assunto uma entidade identificável no espaço público que conduz à formação de uma opinião igualmente pública.

¹⁰Benjamin I. Page & Robert Y. Shapiro, *The Rational Public – Fifty Years of Trends in Americans’ Policy Preferences*, The University of Chicago Press, American Politics and Political Economy Series, Chicago and London, 1992, p. 341.

¹¹Noam Chomsky e Edward S. Herman, *La Fabrique de L’Opinion Publique – Politique Économique des Médias Américains*, Le Serpent à Plumes, Paris, 2003, p. XII.

Assim, é pertinente pensar que não há acontecimentos com importância atribuída e susceptíveis de tocar o espectro público que não tenham, hoje, uma correspondente interpretação e publicitação mediática. É caso para pensar: vale o acontecimento ou mediatismo do acontecimento? Desse modo, a opinião pública aparece como um fenómeno social intrinsecamente complexo quer na sua formação, como também na sua estrutura, no seu impacto político-social e no seu tratamento público, pelo que importa considerar o seu processo histórico, os factores predominantes na sua formação e o seu enquadramento no sistema político – são eles que determinam a visibilidade do acontecimento.

Breve enquadramento histórico da opinião pública

A história da opinião pública evoluiu a par das diversas técnicas de comunicação. A emancipação de uma opinião pública – à semelhança da comunicação de massa – pressupõe a urbanização massiva, fenómeno que ocorre especialmente ao longo do século XIX, graças à Revolução Industrial, dificultando que as pessoas se comuniquem directamente. As crises político-sociais, o aparecimento do mercado, a dissociação do poder estatal do poder clerical, a própria explosão demográfica nunca vista e a individualização crescente e moderna traduziu em pouco tempo uma transformação na natureza das organizações colectivas. O quadro comunicacional exige agora uma adaptação a este tipo de sociedade, cuja estruturação difere da antiga forma comunitária. “Os valores da tradição não podem mais garantir a inserção do indivíduo no espaço colectivo (...). A organização em forma de sociedade pressupõe o convívio de uma multiplicidade de comunidades (...)”¹², nas quais cada indivíduo estabelece um conjunto de relações efémeras e circunstanciais (na vizinhança, na escola, no trabalho, no círculo de amizades...) e que o ajudam a formar a sua identidade.

Desse modo, percebe-se que o indivíduo desta sociedade moderna não tem o seu percurso assegurado pela tradição, mas sim pela integração espontânea na diversidade de formas colectivas de agrupamento. 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” informação. A comunicação e, neste âmbito, também a própria opinião colectiva, resultam da necessidade de agir racionalmente com o propó-

¹²Luiz C. Martino, *Interdisciplinaridade e objecto de estudo da comunicação.*, in AA.VV., António Hohlfeldt, Luiz C. Martino e Vera Veiga França, *Teorias da Comunicação – Conceitos, Escolas e Tendências*, Editora Vozes, Petrópolis, 2001, p. 32.

sito 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’.

Os inúmeros palcos da história da comunicação humana parecem aproximar o grau de intervenção popular nos sistemas políticos em geral. A emergência de uma opinião pública está articulada com o atributo que cada sistema político e governativo lhe confere. “(...) Se o governo negar efectivamente a importância da opinião dos cidadãos sobre as questões públicas na elaboração da política, ou se impedir a livre e pública expressão de tais opiniões, a opinião pública não existe”¹³.

É verdade que os gregos gostavam de digladiar-se em longos discursos nas diversas instâncias jurídicas. Por outro lado, o desenvolvimento da democracia grega, praticada por meio das deliberações dos cidadãos da *pólis grega*, realizadas no *ágora*, local no cume de uma montanha onde se reuniam os cidadãos mais abastados da cidade-Estado, permitia a prática do debate de ideias e consequente formação de opinião¹⁴. A Grécia notabiliza-se precisamente pelo facto de, pela primeira vez, no Ocidente, ter reflectido a respeito da comunicação humana, a partir das figuras dos chamados filósofos pré-socráticos e pelos sofistas terem exercido largamente a comunicação como prática de poder¹⁵.

¹³Hans Speier, *O Desenvolvimento Histórico da Opinião Pública*, in AA.VV., Charles Steinberg (org.), *Op. Cit.*, p. 128.

¹⁴Hannah Arendt descreveu o espaço público grego – *ágora* – e definiu o público de acordo com a sua visão do pensamento político aristotélico. Desse modo, entendeu esse lugar de expressão pública e debate sobre assuntos governativos sob uma perspectiva política, pois ao público, corresponderia o reino livre em que se decidiriam as questões mais relevantes da vida colectiva dos cidadãos. O espaço público revisto e reinterpretado por Arendt é necessariamente um espaço de liberdade diferente do espaço privado em que prevalece “a lei da dominação e da violência” do senhor da casa sob os restantes familiares e subalternos. Cfr. Hannah Arendt, *The Human Condition*, The University of Chicago Press, Chicago & London, 1998, pp. 22 e segts.

¹⁵Quando Atenas começou a enfrentar problemas decorrentes dos acordos diplomáticos firmados com Esparta e que resultaram nas Guerras do Peloponeso e a dissolução dos tratados, que redundariam no próprio desaparecimento da sociedade grega, os filósofos pré-socráticos, pela sua posição extraordinariamente crítica e considerada perniciososa, passaram a ser mal vistos pela sua própria sociedade que os apelidou de sofistas, ou seja, acrobatas intelectuais, que através de jogos retóricos e malabarismos de palavras, conquistavam os homens, seduzindo-os pela mente. O comediógrafo Eurípedes, tido como o maior dos sofistas e que confrontou Sócrates com as suas ideias, foi o autor de uma prática filosófica ainda hoje extremamente salutar, a *maiêutica*, através da qual o aprendiz se faz através do diálogo, com perguntas e respostas, desenvolvidas por um mestre, levando os discípulos ao aprendizado pretendido. No entanto, corresponde a uma imagem então generalizada, que redundou, inclusive, na condenação de Sócrates e ao seu

Diferentemente, mas não menos importante é a contribuição do Império Romano para a história da comunicação e da opinião pública. Os romanos entenderam os processos comunicacionais como essenciais para controlo social, para a garantia do poder instituído e exercício político. Antecipando-se às crises que ciclicamente ocorriam, o escol romano procurava manter-se informado sobre tudo o que acontecia, garantindo não só significativas acções de informação, como também o cultivo de uma opinião consensual que fortalecesse as posições político-militares. O *forum* substituiu o *ágora* e a *vox populli* dos romanos correspondia aos cidadãos de Roma com direito a expressar a sua opinião¹⁶.

A história da opinião pública segue com os sermões, cantigas, feiras e viagens pródigos na Idade Média e o conceito de “*consensus omminium* (acordo de todos) que expressa a voz de uma opinião coesa em torno da fé cristã”¹⁷. Enriquecida com a invenção do tipo móvel e a conquista do papel, a comunicação permite a plena difusão de novidades num ritmo inusitado e moderno, que permitia a formação de opinião sobre os mais variados assuntos. A história da opinião pública escreve-se principalmente em torno desses canais de comunicação, como por exemplo, a praça do mercado na Grécia antiga; o teatro na Roma imperial; os sermões, cartas e baladas medievais, que mais não são do que os actuais jornais, livros, rádios, cinema e televisão.

Parece que conhecemos melhor a história da alfabetização, da imprensa, das indústrias modernas do que a história das instituições sociais que serviram de ferramenta de ascensão política da opinião pública. Sabemos que a partir de final do século XVIII e a primeira metade do século XIX, o surgimento da escola leiga, gratuita, pública – que corroborava a utopia de igualdade e fra-

suicídio forçado. Encontramos pois, há mais de dois mil anos, nos sofistas o exercício e uso da palavra. Foram eles que primeiramente exerceram a comunicação como prática de poder e que ensinaram a importância e a arte do discurso. Os filósofos, por sua vez, reivindicavam a discussão organizada de homens racionais; Platão realça a importância do discurso que busca a verdade acima de qualquer outro valor, distinguindo-o da retórica pura dos sofistas; Aristóteles conceitua a retórica como a busca de todos os meios possíveis de persuasão, classificando e organizando as suas técnicas e os seus possíveis efeitos. Cfr. Jean Carpentier e François Lebrun, *História da Europa*, Referência/ Editorial Estampa, Lisboa, 2002, p. 72 e 74 e Arnold Toynbee, *Helenismo*, Rio de Janeiro, Zahar, 1963.

¹⁶Cfr. Monique Augras, *op. cit.*, p. 12.

¹⁷Monique Augras considera que é também na Idade Média que se forma uma *opinião crítica* que corresponde à oposição às ideias geralmente admitidas e que encaixam na concepção da autora de opinião pública. Considera ainda o Renascimento um marco do direito e diversidade de opiniões e a Reforma a vitória da opinião crítica. Veja-se Monique Augras, *op. cit.*, pp. 13/14.

ternidade lançada pela Revolução Burguesa de 1789 em França –, bem como um sem número de descobertas que fomentaram o desenvolvimento cultural fez brotar, amiúde, a opinião pública. Mas ainda assim é muito pouco.

Em Inglaterra e em França a formação da opinião pública teve raízes em instituições sociais como os cafés e centros de reunião. “Nas cidades, que a vida comercial foi construindo ou revitalizando, nascem os salões, os cafés, as sociedades comensais, os clubes, etc. – novos espaços sociais onde a classe burguesa emergente dá prova do seu requinte e das suas ambições intelectuais, em confronto com a velha aristocracia nobiliárquica”¹⁸. Os cafés do século XVIII e XIX popularizaram-se como pólos de disseminação de notícias, debates políticos e crítica literária. Os cafés eram mesmo importantes redutos culturais, pelo que Londres no século XVIII possuía aproximadamente dois mil estabelecimentos.

Com a história do café na Inglaterra, dos salões privilegiados em França onde se distinguiam intelectuais de alto gabarito – que remontavam já às cortes italianas da Renascença –, governava-se a opinião pública, quase com mais vigor do que o tinham feito antes algumas cortes. Na história social da Alemanha, o salão e o café não exerceram a mesma influência sobre a dignidade e o estilo literário dos autores ou sobre os costumes e opiniões dos públicos, agora distanciados da esfera privada. Há inclusivamente autores que acreditam que a expressão *opinião pública* teve origem no iluminismo, apoiada nas prolixas filosofias liberais, racionalistas, mundanas que colocavam o homem e os seus direitos no centro do mundo. As instituições sociais que ajudaram a pavimentar o caminho para o reconhecimento social das ideias iluministas na Alemanha e para a conseqüente formação de opinião, foram as estólicas sociedades morais e patrióticas do século XVIII alemão e os linguistas aristocratas que se emancipavam nessa sociedade¹⁹.

Depois da revolução francesa, “a comunicação (...) conheceu um novo patamar de funcionamento, a massificação, graças a conquistas industriais e ao imenso alargamento dos públicos que, ao mesmo tempo, se desdobravam e especializavam. A imprensa, definitivamente, tornava-se uma mercadoria

¹⁸João Pissarra Esteves, *A Ética da Comunicação e os Media Modernos – Legitimidade e Poder nas Sociedades Complexas*, Fundação Calouste Gulbenkian, Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica, Textos Universitários de Ciências Sociais e Humanas, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 1998, p. 195.

¹⁹Cfr. AA.VV, Massimo Salvadori (Coord.), *História Universal – O Século das Luzes*, Planeta De Agostini, Volume 10, Espanha, 2005, pp. 240 e segs.

dentro do sistema capitalista de produção”²⁰. As mudanças institucionais na sociedade europeia acarretaram o aparecimento da opinião pública como factor proeminente na política, em que um público fechado e restrito se transformou, lentamente, num público aberto, aumentando o seu tamanho e a sua esfera social à medida que o analfabetismo diminuía.

Na Europa do século XIX, a opinião pública era sinónimo de opiniões expressas pelos representantes políticos do eleitorado, pelos jornais e pelos membros ou organizações preeminentes da classe média. Na Inglaterra, a fé nos efeitos salutareos da discussão e na capacidade de persuasão da opinião liberal sobre a direcção 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. “Nas épocas mais antigas, a distância social entre os homens e as instâncias do poder era muito maior que hoje. Os ricos e poderosos eram relativamente mais ricos e mais poderosos. A massa escapava inteiramente às rivalidades que se exerciam entre eles. A sua opinião não contava nada; eles simplesmente aceitavam os acontecimentos, mas não participavam deles”²¹. Essa situação levava a que se questionasse efectivamente o teor dessa formação de opinião, uma vez que nos Estados Unidos acreditava-se que prevalecia um governo da opinião pública.

Alexis de Tocqueville e outros autores expressavam essa condição única de funcionamento da sociedade americana. Tocqueville afirmava mesmo que “a tendência para se acreditar cegamente num determinado homem, ou numa determinada classe, diminui à medida que os cidadãos se tornam mais iguais e com ideias mais semelhantes. Aumenta a tendência para se acreditar nas massas, e o mundo é dirigido cada vez mais, pela opinião pública”²². Claro

²⁰ António Hohlfeldt, *As Origens Antigas: a comunicação e as civilizações*, in AA.VV., António Hohlfeldt, Luiz C. Martino e Vera Veiga França, *Op. Cit.*, p. 93.

²¹ Jean Stœtzel e Alain Girard, *Les sondages d'opinion publique*, Presses Universitaires de France (PUF), Le Psychologue, Paris, 1979, p. 21.

²² Alexis de Tocqueville estudou a sociedade americana e os pilares da democracia, além das mudanças ocorridas em França. Tocqueville teve uma ampla visão acerca da influência que exercem as ideias e os sentimentos democráticos sobre a sociedade política. Analisando a queda do Antigo Regime, ele aponta como facto determinante na decadência da aristocracia a centralização gerada por ela, que ocasionou uma corrupção do espírito público, o isolamento dos indivíduos, que já não tinham quaisquer ligações com grupos ou tradições morais. Na sua perspectiva, a consequência inevitável, era a ascensão do despotismo (democrático). Para combater estes males provenientes da igualdade preconizada pela política liberal, Tocqueville

que reaccionários, românticos, socialistas utópicos e até marxistas atacaram todas essas convicções liberais e lançaram dúvidas sobre a moralidade e a capacidade representativa das opiniões da classe média no século XIX. Não se preocupavam, entretanto, com a liberdade de pensamento, com a iluminação premente do espírito; na verdade contribuíram para ofuscar essa possibilidade. Tocqueville, porém, percebeu precocemente que, nas ‘épocas de igualdade’, a libertação do povo da ignorância e do preconceito pelo Iluminismo poderia comprar-se ao preço do pensamento igualizador e, por isso, não hesitou em defender que “durante as épocas de igualdade, os homens não têm nenhuma confiança uns nos outros, individualmente, por se verem todos semelhantes; mas é esta mesma semelhança que lhes dá uma confiança quase ilimitada no julgamento da opinião pública”. Desse modo, conclui que “a opinião pública exerce, nos povos democráticos, uma influência muito maior do que as nações aristocráticas podiam imaginar. A opinião pública não age por persuasão; impõe-se, e penetra nas almas, por meio de uma espécie de pressão imensa que o espírito de todos exerce sobre a inteligência de cada um”²³. Com este raciocínio, Tocqueville salienta ainda mais vivamente a relação entre as diversas instituições democráticas e a influência da opinião pública produzida a partir da igualdade entre cidadãos e da própria maioria na qual ceva a sua legitimidade. Foi uma das primeiras grandes teorizações sobre a solidez da democracia americana e o importante papel da opinião pública na sedimentação do sistema político.

Depois desses estudos, os autores americanos passaram a considerar importante a medição da opinião pública como uma forma válida e útil de ‘executar’ a democracia, pois consideravam que na era das comunicações de massa, haveria condições para que o governo soubesse antecipadamente as repercussões dos seus actos junto dos cidadãos. A opinião pública era tida quase como uma instância que privilegiava a comunicação de governados para governantes.

A visão política da opinião pública levou a que numa primeira fase, as investigações evidenciassem a acentuada preocupação da opinião pública com os

estabelece uma contraposição estes malefícios com a liberdade de imprensa, as liberdades locais ou mesmo as liberdades associativas. Para o autor, a sociedade democrática vive da tensão entre igualdade e liberdade. Essas observações de Tocqueville acerca da Europa moderna, estão fortemente influenciadas pela sociedade americana que ele admirava e onde ele enaltece a reconstrução do tecido social e a solidez da democracia vertebrada pela multiplicidade de grupos, partidos políticos, comités... Cfr. Alexis de Tocqueville, *A Democracia na América*, Estúdios Cor, Coleção Ideias e Formas, Lisboa, 1972, p. 260.

²³Idem, *Ib.*. pp. 260/261.

assuntos nacionais, isto é, com questões de interesse imediato para a vida dos cidadãos. As questões de política internacional pareciam menos relevantes, mas esperava-se que fossem finalmente consideradas, à medida que se ultrapassasse o domínio do poder e se alcançasse o da discussão e do acordo, à proporção que a opinião pública se tornasse mais esclarecida.

Já o século XX inaugurou uma nova e venturosa fase da história da comunicação, com a invenção do cinema, o uso estratégico da rádio e, anos depois, o aparecimento da televisão. Todos eles corroboram a crescente avidez por informação e concorrem para a formação de uma opinião cada vez mais participante.

Difícilmente poderemos estudar a vida colectiva e a organização da sociedade contemporânea sem posicionar a opinião pública como uma referência incontornável e, por isso mesmo, digna de crédito. “A sua influência ao longo da história prolongou-se de uma forma efectiva e por muito mais tempo que os paladinos revolucionários do ‘espaço público plebeu’ imaginaram”²⁴.

Depois de ter sido considerada uma instância que conferia sensatez à política e às relações internacionais, a opinião pública foi abalada pelos conflitos bélicos mundiais do século XX, para mudar radicalmente em relação àquela opinião pública que se apresentou nos séculos XVIII e XIX, por altura da sua emergência e que é também a da constituição da sociedade liberal e do pensamento democrático no Mundo Ocidental.

O desvanecimento dos públicos e a ascensão da massa

Se muitas das condições do século XIX foram já ultrapassadas ou mesmo desenvolvidas, persiste ainda a reminiscência dos públicos que caracterizaram tantas comunicações novas do século em causa. Os públicos, entretanto, não foram propriamente abolidos, mas tendem a desvanecer-se e a ver enfraquecida a força que correspondia à sua forma própria de funcionamento²⁵. Vão

²⁴João Pissarra Esteves, *Op. Cit.*, p. 208.

²⁵“O público é uma categoria política que surge, no século XVII, no quadro da reivindicação da autonomia dos cidadãos esclarecidos, face à vontade despótica do soberano. É desta acepção originária que o conceito de público herda o sentido revolucionário que irá dar lugar à queda do Antigo Regime, na sequência da Revolução Francesa, e à conseqüente instauração do Estado Moderno. O Estado passa então a ser entendido como o exercício do poder democrático, fundado na livre expressão da vontade soberana dos cidadãos informados, mobilizados por consensos obtidos a partir da livre discussão e do confronto das opiniões. É desta concepção do público que decorre a formação do imaginário do serviço público, entendido como o exercício de uma actividade, ao mesmo tempo, de esclarecimento do público acerca das questões do seu

sobrevivendo, ainda assim, mas como reminiscências mais ou menos nostálgicas do passado ou ainda como irrupções espontâneas de novas práticas de resistência e de contestação social. As reflexões de Le Bon na *Psicologia das Multidões*²⁶ inauguram precisamente a teorização do fenómeno que depois se veio a chamar massa. Vincent Price observa que “numa concepção sociológica o público é visto como uma colectividade livremente organizada que se desenvolve a partir da discussão acerca de um assunto. Em contraste com a massa, que se reduz à atenção a algo que importa e que é marcado por respostas idiossincráticas formadas de forma exógena no debate ou discussão, o público é marcado pela resolução colectiva de um problema a partir de um argumento ou contra-argumento”²⁷. À emergência da massa (desprovida então de anuências celeumáticas) corresponde o alargamento extraordinário da opinião pública, mas corresponde também uma alteração profunda dos padrões de participação e de relacionamento dos indivíduos no seu interior. Entre outros aspectos, deixa de ser possível facultar a experiência social que fazia de cada participante uma individualidade própria para passar a ser mais comum falar em termos colectivos, em blocos de massa.

O comportamento colectivo passa a ser alvo de uma atenção desconhecida. A dinâmica da comunicação, conduzida sob critérios de racionalidade, dá assim lugar, progressivamente, a um estado de espírito de indiferença, de amorfismo, a um interesse que é apenas superficial pelos assuntos e que só é capaz de gerar formas comportamentais reactivas como as sondagens e os inquéritos de opinião bem tipificam. Se parece não haver sujeitos individuais na massa, então não há também lugar para falarmos em direitos, em obrigações ou em responsabilidades.

interesse e de repercussão pública dos argumentos e dos consensos obtidos através do exercício da livre discussão. Podemos considerar estas duas actividades como o exercício das duas funções pedagógica e representativa do serviço público (...). Esta noção originária de público viria a sofrer uma viragem significativa, a partir do final do século XIX, na sequência do processo de industrialização e da questão social. O público deixou então de ser entendido como espaço livre de debate entre pessoas esclarecidas, para se tornar espaço de confronto de interesses antagónicos, em função do lugar ocupado no processo produtivo. Desta viragem decorreu a cisão do conceito de serviço público nos dois sentidos opostos que chegaram até aos nossos dias: o sentido liberal e o sentido colectivista”. Cfr. Adriano Duarte Rodrigues, *Modelos de Serviço Público*, in jornal *Expresso*, edição de 15 de Junho de 2002.

²⁶Cfr. Gustave Le Bon, *Psicologia das Multidões*, Edições Roger Delraux, Coleção “Pensadores” dirigida por Gérard Leroux, 1980, pp. 26 e segs.

²⁷Vincent Price, *Public Opinion*, Sage Publications, Communication Concepts, Newbury Park, London, New Delhi, 1992, pp. 29/30.

Esse conjunto de aspectos conferia um carácter ético-moral às primeiras opiniões consideradas públicas, mas que actualmente se desvanecem na massa. Georges Burdeau salienta o facto de se assistir ao declínio da autonomia individual do sujeito unitário, precisamente porque “a sua vontade e os seus desejos só têm possibilidades de se realizar por intermédio de um ser colectivo ao qual se agrega e que, finalmente, lhe confere um rosto anónimo. A massa (...) bem depressa acaba por se tornar uma força independente”²⁸. Assim, a massa na qual a opinião pública ganha sentido exprime um anonimato que se destaca do seus componentes individuais e afirma-se como realidade sociológica autónoma no mundo contemporâneo. Esta mesma realidade já tinha sido descrita por Gabriel Tarde no início do século transacto, quando admitiu que a multidão poderia congrega dentro de si diversos públicos mais homogêneos. Quanto à massa (multidão como lhe chama) considera que “é, em geral, bem menos homogênea que o público: expande-se continuamente, integrando muitos curiosos, aderentes parciais que não tardam em deixar-se vencer e assimilar totalmente de um instante para o outro (...)”²⁹. O público é sempre uma massa virtual e a transformação do público em massa é sempre possível³⁰. A ascensão da massa corresponde ao marasmo do público (ou públicos): a sobrevivência do público nos nossos dias é em larga medida apenas uma ficção e, muitas vezes, também uma farsa de uma massa que se apropriou do funcionamento e da dinâmica dos públicos, fazendo-se passar por eles para legitimamente assumir as suas competências e atribuições. Na realidade, público e massa apresentam-se como formas de adaptação social e por isso mesmo modelos transitórios que se vão reformulando à medida do avanço da própria sociedade. Os públicos constituem assim, o melhor elo de receptividade de mensagens do século XIX, enquanto que a sua transformação desembocou na massa e anunciou a recepção moderna a partir dos novos e abrangentes *media*.

A formação da opinião pública

Entre os problemas que se colocam a partir do momento em que queremos abordar as questões relacionadas com impacto dos meios de comunicação ou

²⁸Georges Burdeau, *A Democracia – Ensaio Sintético*, Publicações Europa-América, Coleção

Saber, Mem Martins, 1975, p. 59.

²⁹Gabriel Tarde, *Op. Cit.*, pp. 23/25.

³⁰Armand Mattelart, *A Invenção da Comunicação*, Instituto Piaget, Coleção Epistemologia e Sociedade, Lisboa, 1996, p. 312.

a sua relação com o sistema democrático, destaca-se o da formação da opinião pública. A opinião traduz em cada época juízos de valor e significado variável, em que, efectivamente pesam os factores subjacentes à sua formação. “Há atitudes sociais ancoradas em crenças, hábitos, tradições, sentimentos e até preconceitos nos quais se alicerça a existência colectiva e que caracterizam uma cultura”³¹.

No contexto da formação de um juízo sobre determinado assunto concorrem factores diversos que acabam por pesar de forma marcante ou simplesmente simbólica na acção de ajuizar/opinar. Na realidade “a opinião pública, longe de representar qualquer entidade supra-individual, resulta de processos interpessoais complexos, que se jogam nas consciências e na relação que estabelecem com as estruturas sociais e o funcionamento das instituições”³². Entre outros factores que concorrem para essa cadeia complexa de formação da opinião, destacam-se os de natureza psicológica, sociológica e histórica pela sua preponderância na construção da opinião, embora existam outros a considerar:

³¹Marcello Caetano, *Manual de Ciência Política e Direito Constitucional*, Almedina, Tomo I, Coimbra, 1996, p. 378.

³²Jean Stoetzel e Alain Girard, *Op. Cit.*, p. 29.

Quadro n.º 1 – Factores determinantes da formação de opinião

<p>1. FACTOR PSICOLÓGICO explica largamente muitas motivações, mecanismos de defesa, atitudes e opiniões sobre determinadas realidades, embora seja um factor que actua ao nível individual;</p>
<p>1.1. O factor afectivo, decorrente do factor anterior, parece explicar as preferências e sentimentos também individuais que instigam a formação da opinião sem a interferência da razão;</p>
<p>2. FACTOR SOCIOLÓGICO assume uma projecção colectiva, pois está relacionado com as atitudes de grupos;</p>
<p>2.1. O factor económico e o <i>status</i> social não pode dissociar-se dos demais factores, mas pode condicionar a visão dos acontecimentos e a tomada de posição. No entanto, este factor é um factor dinâmico já que um indivíduo pode iniciar a sua vida num determinado segmento da sociedade e terminar noutra completamente oposta;</p>
<p>2.2. O factor educacional relaciona-se com o grau de instrução e o posicionamento mais ou menos compreensivo do acontecimento fenómeno em causa;</p>
<p>2.3. Factores grupais, em que se destacam grupos clássicos diferenciados em função de sexo, idade e região embora esta diferenciação não seja exclusiva;</p>
<p>2.4. Factor mediático corresponde ao grau de exposição do indivíduo aos meios de comunicação social, pois são eles que muitas vezes toldam a percepção da real;</p>
<p>3. FACTOR HISTÓRICO, também ele de foro social, é mais circunstancial e remete tanto para os condicionalismos históricos de um povo que pode <i>a priori</i> gerar uma opinião latente, como para uma opinião baseada na consciencialização acerca de um acontecimento público.</p>

Fonte: Monique Augras, *Op. Cit.*, pp. 20/50 (adaptado).

Só a conjugação destes factores é que permite explicar a tomada de posição e a formação da opinião em casos específicos. Nenhum destes factores isoladamente explica a formação da opinião, embora a combinação de vários já possa contribuir para esse efeito.

Nesse sentido percebe-se que é fácil e recompensador, por exemplo, chamar a atenção da opinião pública motivando-a para êxitos, vantagens finais ou progressos significativos, porque estão envolvidos o factor psicológico que tem a ver com as necessidades individuais, o factor sociológico porque os êxitos e os progressos beneficiam a comunidade ou o Estado e eventualmente o factor histórico. É um caso típico de formação de uma opinião positiva, pois não há justificação para a dificuldade em criar uma opinião favorável ou uma aura de sucesso junto das camadas sociais, quando o assunto é promissor para todos.

Pelo contrário, é bem mais difícil levar o público a enfrentar, na sua verdadeira perspectiva, os perigos que ameaçam formas apreciadas de vida, sobretudo quando esses perigos colocam em causa o factor psicológico e as motivações mais privadas³³. E mais difícil ainda, é mostrar esses perigos quando, não sendo temporários, requerem um estado contínuo de alerta, porque são o preço permanente que se deve pagar pela activa participação na vida política nacional ou mundial. Por exemplo, a justificação para a participação numa guerra, o constrangimento financeiro do erário público que obriga ao aumento de impostos, o seguimento de restrições para uma melhoria económica, mas que se prolonga por tempo indeterminado. “Um dos problemas potenciais na formação da opinião sobre uma determinada questão é o grau de variação dependente do contexto e da visão de outros assuntos implicados”³⁴.

Nestes casos, a formação da opinião é oscilante e embora os factores envolvidos sejam os mesmos, a unanimidade está longe de ser conseguida, mesmo evocando facilmente o patriotismo e o interesse nacional como medidas de apoio a políticas que envolvam sacrifício. Em tempos de paz, as privações impostas pelos governos facilmente se tornam impopulares ou assim se compreendem. Hannah Arendt argumenta a este propósito que “os prejuízos jogam sempre um grande papel e um papel legítimo no espaço público político”³⁵. Por conseguinte, os formuladores da política vêem-se tentados a justificar sacrifícios menores, que reputam necessários, com respeito a riscos maiores para a segurança e bem-estar nacional, a fim de despertar e conquistar o apoio da opinião pública. “Abstracta, intangível, apenas detectável e em constante mutação, a opinião pública é o grande monstro sagrado que a todos atemoriza

³³Cfr. Noam Chomsky, *A Manipulação dos Media – Os Efeitos Extraordinários da Propaganda*, Editorial Inquérito, Coleção Perspectiva, Mem Martins, 2003, pp. 33/37.

³⁴Benjamin I. Page & Robert Y. Shapiro explicam que a formação da opinião é bastante inconstante e que depende muito de factores conjunturais. Ao analisarem o efeito do contexto na sedimentação de opiniões, os autores perceberam que, no caso americano, os cidadãos mostravam-se favoráveis a um nível relativamente baixo de gastos militares, por exemplo, se se encontravam sem ameaças de guerra e com outras necessidades prioritárias, mas uma mudança nesse contexto sugerido poderia alterar o sentido desta opinião. Cfr. Benjamin I. Page & Robert Y. Shapiro, *The Rational Public – Fifty Years of Trends in Americans’ Policy Preferences*, The University of Chicago Press, American Politics and Political Economy Series, Chicago and London, 1992, p. 30.

³⁵Hannah Arendt, *Qu’est-ce que la politique ?*, Édition du Seuil, Collection L’Ordre Philosophique, Paris, 1995, p. 89.

ou impõe respeito, ao mesmo tempo que é por todos perseguida, no afã de se conseguir penetrá-la e conquistá-la”³⁶.

Do mesmo modo, os formuladores da política tendem a apresentar à opinião pública as suas acções numa perspectiva de âmbito curto, porque o público responde muito prontamente a questões imediatas e esmorece nas acções longas. Assim, o público pode perder de vista o âmbito temporal da acção política, na medida em que esta se estende de forma paradoxal entre dois extremos de difícil precisão – o imediato e o remoto³⁷.

A intervenção no espaço público

Condicionada pela perspectiva filosófica moderna e por alguns pensadores que perfilham as novas correntes, a problemática do espaço público faz pensar num conjunto de mudanças nas complexas sociedades democráticas, em que a exigência de liberdade continua a ser uma bandeira.

Dentro das Ciências Sociais e, especialmente, na Sociologia da Comunicação e na Sociologia Política, o conceito de espaço público tem ganho terreno para, progressivamente, ser alvo de atenções. A origem desta problemática é dúbia, embora a generalidade dos estudiosos concorde que a expressão ‘espaço público’ tenha tido origem no discurso filosófico moderno.

Se inicialmente o espaço público estava consignado a uma delimitação espacial física, própria da etnografia e da geofísica, no domínio das ciências sociais o termo ganhou outro sentido e amplitude. As noções de esfera pública ou espaço público tematizam agora o papel da interacção entre os cidadãos e o processo político. A transcendência do campo da intimidade e o antagonismo sentido na polaridade que contrapõe público/privado são as linhas mestras desta questão.

Contudo, foi com os contributos de Dewey, Arendt e Habermas que a formulação da importância de ‘espaço público’ ganhou um novo alento nas relações e processos democráticos. Embora as teorizações fossem distintas, fruto de tradições divergentes, reconhece-se que Dewey³⁸ e Habermas focaram as-

³⁶Ronald A. Kuntz, *Marketing Político: Manual de Campanha Eleitoral*, São Paulo, Global Editora, 2002, p. 119.

³⁷Cfr. Benjamin I. Page & Robert Y. Shapiro, *The Rational Public – Fifty Years of Trends in Americans’ Policy Preferences*, Op. Cit., pp. 31/32..

³⁸Dewey acreditava que os métodos utilizados pelas comunicações públicas não eram os mais ajustados às necessidades democráticas. Sugeriu, por isso, que se organizasse uma comunidade científica no ramo das ciências sociais que disseminasse interpretações da realidade de forma

pectos relacionados com a problemática dos *media*, enquanto que Arendt focou a sua análise apenas em considerações de ordem politológica e filosófica.

Distante da perspectiva mediática, Hannah Arendt conceptualizou a questão do espaço público em contraposição a um espaço privado que ela também considera importante no domínio afectivo e sentimental. Na obra *A Condição Humana* valorizou e reconheceu que “o espaço público, tal como o mundo comum, congrega-nos a todos (...). O que torna a sociedade difícil de conduzir não é o número de pessoas envolvidas, pelo menos do ponto de vista primário, mas o facto do mundo entre eles ter perdido o poder de juntá-los, relacioná-los ou separá-los”³⁹. Sob essa análise de diferenciação entre o número que forma o espaço e os problemas decorrentes da sua existência, Arendt chama a atenção para o facto da pertença a uma esfera pública (à qual todos têm acesso) proporcionar uma nova visão do homem, que a partir daí deveria ser reconsiderado numa perspectiva dúplice: como indivíduo e como cidadão⁴⁰.

Há efectivamente similitudes e diferenças nas abordagens políticas, sociológicas e históricas, mas o horizonte teórico proposto pelo filósofo Jürgen Habermas, parece ter sido o mais proveitoso na adaptação às realidades mais presentes, sobretudo na interligação ao fenómeno *media*. “Em termos ideais, Habermas conceptualiza a esfera pública como reino da vida social onde a troca de informação e pontos de vista sobre questões comuns, interessam e podem tomar lugar até que a opinião pública seja formada.

A esfera pública toma lugar quando os cidadãos, exercendo os direitos de reunião e associação, se congregam num corpo público para discutir questões do dia, especialmente os que são relativos à política”⁴¹. Dado que as sociedades modernas não permitem mais do que relativamente poucos cidadãos fisicamente co-presentes nas instâncias político-governativas, os *media* tornaram-se

pública, apresentando-as preferencialmente na imprensa popular. “A necessidade essencial (...) é o fomento de métodos e condições que promovam o debate, a discussão e a persuasão. Este é o problema do público”. Cfr. J. Dewey, *The Public and its problems*, Rinehart & Winston, New York, 1927, p. 208.

³⁹Hannah Arendt, *The Human Condition*, Op. Cit, pp. 52/53.

⁴⁰Hannah Arendt estabelece critérios que antagonizam o reino público e o privado, nos quais oferece uma visão elaborada do homem enquanto parte do todo social, mas mantendo as suas contradições próprias de ser individual. Nesse sentido, a autora reconhece a emergência do social e reconhece a esfera pública como a “fronteira” que se interpõe na relação privada e política e que permite reconhecer o seu significado na vida do indivíduo (esfera privada) e do cidadão (esfera política). Cfr. Idem, *Ib*, pp. 22/58.

⁴¹Peter Dahlgren, *Television and the public sphere – citizenship, democracy and the media*, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, 1997., p. 7.

na instituição-mor da esfera pública. Aqui o conceito de *esfera pública* de Habermas, tão relançado nas suas obras, tão originais quanto discutíveis, é avançado como um modelo de entendimento da comunicação humana, inserido quase *coercivamente* numa lógica que não pode alhear-se do espaço público racionalizado. Em muitos dos seus escritos é possível perceber que a “ideia de uma esfera pública como espaço onde se discutem as questões práticas e políticas, onde a capacidade de os membros de uma sociedade se convencerem uns aos outros depende essencialmente da racionalidade dos discursos”⁴². O espaço público, seria do ponto de vista deste autor, uma instância intermediária na relação entre governantes e governados e que possibilita o desenvolvimento da sociedade como um todo.

Fique claro que a sociedade contemporânea não opera deste modo. Na obra clássica de Habermas *L'Espace Public-Archéologie de la Publicité comme Dimension Constitutive de la Société Bourgeoise*, a sociedade é descrita em duas partes diferenciadas: uma primeira em que o autor retrata a novíssima e emergente esfera pública burguesa que sobressai do capitalismo liberal do século XVIII e uma segunda parte em que ele traça o declínio dessa mesma esfera, já no contexto do capitalismo industrial e do bem-estar geral promovido pela democracia de massa. Quando se admite a noção de opinião pública como processo, não se pode limitar o conceito unicamente às bases empíricas de uma teoria, deve-se também enfocar a posição de espaço público como modo geral de interpretação da sociedade. Nesse seu livro publicado em 1962, Habermas retoma o projecto histórico-filosófico da modernidade atribuindo à opinião pública a função de legitimar o sector político por meio de um processo crítico de comunicação sustentado nos princípios de um consenso racionalmente motivado⁴³. Por conseguinte, a universalização e a massificação dos processos comunicativos inerentes ao modo capitalista de produção despoletou a desagregação do espaço público tal como era concebido até então.

A questão do espaço público está encadeada em diversas investigações empíricas sobre a comunicação em sociedades cujo suporte político radica no próprio modelo democrático. É com a democracia de massa que o público perde

⁴²Philippe Breton e Serge Proulx, *A Explosão da Comunicação*, Lisboa, Editora Bizâncio, 1997, p. 235.

⁴³Para Habermas o espaço público traduzia o “domínio da nossa vida social onde pode formar-se algo como uma esfera pública” e, naturalmente, a sua dimensão institucional deve ser considerada em sentido lato, uma vez que considera as diversas formas de mediação entre os particulares e o Estado. Cfr. Jürgen Habermas, *L'Espace Public. Archéologie de la Publicité comme Dimension Constitutive de la Société Bourgeoise*, Payot, Paris, 1978.

a sua exclusividade e a sua coerência sócio-discursiva é afastada à medida que cidadãos menos instruídos entram em cena e formam um todo heterogéneo. O Estado para suportar as crescentes contradições do capitalismo, torna-se mais intervencionista e as fronteiras entre público e privado, no sentido político, económico e cultural, começam a dissipar-se.

Nesta nova ordem, o público torna-se fragmentado e vai perdendo a sua coerência social. Ainda assim, a esfera política pública constitui um espaço – discursivo, institucional, topográfico – onde os indivíduos têm acesso àquilo que Dahlgren chama de “diálogos sociais”⁴⁴, que concorda com as questões de interesse público.

A generalidade dos estudos sobre o espaço público recorre a três pistas principais: as reflexões acerca da mediatização e os seus efeitos na vida pública, em especial, na vida política; a esquematização das funções de agenda dos *media* (*agenda setting*) e que relaciona a priorização de certos assuntos na cobertura mediática e o interesse dos cidadãos nos mesmos; e finalmente, as análises à recepção pública das informações veiculadas pelos *media* e a construção da mediatização temática.

Há várias abordagens possíveis nesta matéria atinente ao espaço público. Uma das mais correntes é a que considera a “esfera pública” uma instância de livre expressão, em que o espaço público é visto como um espaço privilegiado de comunicação que produziria opiniões a partir de discussões entre vários sujeitos que apelariam para argumentos racionais. Esta concepção aproxima-se muito da concepção original de Jürgen Habermas.

Nessa esfera pública, a opinião seria decorrente de um processo cognitivo, complexo, completamente racional, uma vez que decorre da livre discussão de argumentos cuidadosamente emitidos. Outra das abordagens é a de “cena pública” de apresentação e está relacionada com acontecimentos, acções, representações que são tornados públicos. Neste caso, os argumentos totalmente racionais dos sujeitos envolvidos são residuais e valoriza-se a publicitação desse acontecimento-notícia que ganhou visibilidade pública. Nesta perspectiva, o espaço público definido como um local abstracto onde aparecem cenas, acções, problemas que supõem a presença de um público de espectadores, é também o espaço em que esses espectadores são capazes de emitir um juízo sobre esses acontecimentos tornados públicos. Neste modelo de espaço público, não se trata de um juízo necessariamente racional, mas sim de um

⁴⁴Cfr. Peter Dahlgren, *Op. Cit.*, p. 9.

juízo opinativo, de apreciação que se aproxima mais da estética e do gosto de cada um do que da racionalidade ou da inteligibilidade.

Jürgen Habermas foi mesmo quem desenvolveu com mais acuidade esta questão do espaço público, sobretudo a ideia de espaço discussão de problemas práticos e políticos, onde a capacidade dos membros de uma sociedade persuadirem outros depende essencialmente da racionalidade dos argumentos: o espaço público medeia o Estado e a sociedade civil⁴⁵. O próprio Estado constitucional burguês, que Habermas descreve, desencadeia “uma organização do poder que garanta a sua subordinação aos interesses de uma esfera privada”⁴⁶, ganhando consistência a partir da mediação do espaço público.

Naturalmente, há um conjunto de outros autores que aventaram explicações para fundamentar a existência e a importância de um espaço público, na qual se expressa a opinião geral. Elisabeth Noelle-Neumann e a própria Hannah Arendt são outros exemplos. A primeira elaborou uma tese em que define opinião pública como a opinião que pode ser expressa em público sem perigo de ser sancionada pelos demais cidadãos⁴⁷. Esta lógica parece acreditar no mimetismo de participação, na formação e fortalecimento de uma opinião pública maioritária.

A ideia de espaço público como cena em que ganham visibilidade acontecimentos vários, inspira-se nas teorias da filósofa Hannah Arendt que salienta as actividades políticas produzidas na esfera pública, reorientando o observador para esse facto. Essa reorientação é que permite formar “juízos críticos” por parte dos espectadores e assim formar as opiniões que constituirão um “sentido comum” e espaço comum de pertença. Arendt propõe assim um modelo antagónico ao modelo de Habermas, na medida em que propõe um modelo estético do espaço público, ao invés do modelo cognitivo⁴⁸. Estes dois filósofos aludem a duas representações normativas distintas do espaço público, mediante as quais avaliam a cultura política⁴⁹ da sociedade do seu tempo. Para

⁴⁵Jürgen Habermas caracterizou o espaço público como um local de mediação entre o Estado e sociedade civil, no qual era permitida a livre discussão pública no reconhecimento das capacidades do espírito, na riqueza atribuída ao diálogo, no debate de ideias e também no esclarecimento do Ser. Cfr. Jürgen Habermas, *L'Espace Public. Archéologie de la Publicité comme Dimension Constitutive de la Société Bourgeoise*, Op. Cit., pp. 70 e segts.

⁴⁶Idem, *Ib*, p. 94.

⁴⁷Cfr. Elisabeth Noelle-Neumann, *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*, The University of Chicago Press, Chicago, 1981.

⁴⁸Cfr. Hannah Arendt, *La Crise de la Culture*, Gallimard, Paris, 1972.

⁴⁹De um modo geral entende-se por cultura política o conjunto de aspectos políticos da cultura, considerando que eles próprios formam um conjunto sistematizado. No entanto, Maurice

Arendt, a referência de análise é o *ágora* grego, local físico em que se encontravam os cidadãos para debater os assuntos políticos da cidade.

Neste caso, a racionalidade da argumentação seria então mais instrumental do que propriamente inteligível, uma vez que apenas teria como finalidade a obtenção da glória, do êxito a partir da valorização de quem escuta ou assiste. Para Habermas, o modelo referencial será o espaço público típico do iluminismo, pautado pela ascensão da burguesia e pela crítica perene da subjugação política em nome de moralismos e ideais de liberdade e emancipação, a permanente procura da verdade através da discussão pública sustentada, argumentada e a aceitação da contra-argumentação pública como forma de validar o fundamento desses raciocínios. A referenciada obra de Habermas é precisamente uma reconstrução deste modelo iluminista e burguês a partir de um estudo histórico. A partir desta premissa, o autor extrapola para a sua sociedade de 1962 e estabelece um diagnóstico crítico da cultura política desse tempo. Depois de 1981 e uma nova publicação, *Teoria do Agir Comunicacional*⁵⁰, o filósofo muda o rumo das suas estruturas sobre o espaço público e baseia a sua análise numa teoria crítica sobre o funcionamento da comunicação e da racionalização social.

Muitos autores apreciam o contributo de Habermas como incipiente, já que a sua análise se limita ao espaço público como referência de uma teoria social crítica⁵¹. Daí que, as teorizações de Arendt complementam esta visão. A filósofa acredita que a formação da opinião requer o juízo dos espectadores, mas deveria distanciar-se da argumentação racional, na medida em que esse juízo está adstrito a um fenómeno de persuasão e um nível de aferição distante da verdade puramente cognitiva⁵².

Actualmente a problemática do espaço público é ainda mais pertinente devido à transformação das antigas sociedades de massas em sociedades mediáticas. Os *media* são hoje uma parte particularmente interessada na constituição desse mesmo espaço, multiplicando as esferas de confrontação pública e alterando recorrentemente os diversos espaços públicos plurais. A emancipação

Duverger entende a cultura política como a relação entre a cultura da sociedade global e as subculturas dos grupos que integra associada às características técnicas originais do domínio particular do campo político. Cfr. Maurice Duverger, *Sociologia da Política – Elementos de Ciência Política*, Coimbra, Livraria Almedina, 1983, pp. 104/109.

⁵⁰Cfr. Jürgen Habermas, *Théorie de L'Agir Communicationnel*, Fayard, 2. vols., Paris, 1987.

⁵¹Cfr. Peter Dahgren, *Op. Cit.*, p. 9.

⁵²Cfr. Hannah Arendt, *La Crise de la Culture*, *Op. Cit.*

dos *media* tem gerado nos últimos anos uma repetição de espaços públicos diversos e autónomos o que demite o próprio sistema político da sua organização e coloca esse mesmo sistema à margem da legitimação que requer. A existência de espaços plurais admite que sejam diferenciados, facciosos, estruturados em redes de interesses específicos que não necessariamente os políticos. Estas são as novas condições da sociedade democrática e, por conseguinte, a exigência de maior rigor na discussão pública e publicitada.

Um espaço simbólico será admitido como público, conforme sublinha Jean-Marc Ferry, se as opiniões nele expressas se manifestem através de uma emissão privada e sejam difundidas por meio de um *media*, destinado a um público mais vasto e heterogéneo⁵³. Desde o aparecimento dos *media* electrónicos de comunicação que o espaço público social já não se detém necessariamente nas fronteiras do espaço geográfico de cada país. Aliás, o acesso a um meio tecnológico como a Internet permite integrar um espaço público destituído de fronteiras físicas e destituir eventuais condicionalismos impostos a um espaço público pertencente a um sítio geográfico definido. Conforme observa o autor sobredito, ao espaço público do Iluminismo estudado e descrito por Habermas, que se caracterizava pelo “reinado da crítica”, damos lugar ao “reinado da opinião”⁵⁴ motivada e cadenciada pelas diversas formas *media*, encabeçadas pela *sui generis* televisão. “A televisão é clara e potencialmente parte da esfera pública”⁵⁵. Agora é o tempo do espaço público plural, mas também do espaço cujas regras do jogo são definidas pelas restrições impostas pelo espectáculo mediático e menos pela ética e pelo direito. A própria função de agenda (*agenda setting*⁵⁶), que muitos estudos desencadeou, é exemplo de um meca-

⁵³Cfr. Jean-Marc Ferry, *Les transformations de la publicité politique*, Hermès, n° 4, Paris, 1989, pp. 19 e segs.

⁵⁴Cfr. Jean-Marc Ferry, *Op. Cit.*, pp. 20 e segs.

⁵⁵Nicholas Abercombrie, *Television and Society*, Polity Press, Cambridge, Oxford, Malden, 1999, p. 207.

⁵⁶A teoria da *agenda setting* teve a sua origem nos estudos realizados por Maxwell E. McCombs e Donald Shaw durante a campanha eleitoral de 1968 na Carolina do Norte. A função das agendas temáticas relaciona os tratamentos efectuados pelos *media* e as prioridades que eventualmente estão subjacentes a uma determinada audiência, depois de serem ‘impactadas’ pelos *media*. Ao consagrarem certos temas nas suas emissões ou difusões, os *media* influenciam e determinam o grau de atenção do público, exercendo o seu poder. Cfr. Maxwell E. McCombs e Donald D. Shaw, *The Agenda Setting Function of Mass Media*, in *Public Opinion Quarterly* 36, Verão 1972, pp. 176/187.

nismo concreto de pré-selecção noticiosa, mas também de condicionamento do espaço público e de formação da opinião pública⁵⁷.

A validação da política pela opinião pública

Nos países democráticos, os formuladores de opiniões políticas continuam a dirigir-se à opinião pública a fim de obter a aprovação final das acções prosseguidas e, num nível mais profundo, a absolvição das apreensões, dos erros estratégicos e da incerteza futura. Aliás Schwartzberg afirma que num “regime democrático, influenciar a opinião pública é influenciar *indirectamente* o poder”⁵⁸, embora a história tenha mostrado que a opinião pública não costuma permitir a fruição do poder, porque sustenta que esse gozo antecipa ou denuncia um certo abuso.

Este facto evidencia a apropriação de padrões morais de conduta e de referência por parte da opinião pública e são esses comportamentos padronizados que se exige que sejam aplicados ao poder político. Em certa medida, diríamos que a opinião pública quer que o poder seja um fardo que só a ela compete aliviar, até porque “a democracia não foi instituída para tornar legítimas todas as pretensões do Poder⁵⁹”; mas a estrutura complexa da organização política, em

⁵⁷Na generalidade das investigações, os estudiosos começam por acreditar, pela sua experiência profissional, que os *media* causam um impacto real e importante na sociedade e, por conseguinte, na opinião pública, mas concluídas as pesquisas os resultados práticos demonstram efeitos pouco significativos ou mesmo limitados. A correlação entre certas questões sociais (*issues*) tratadas pelos *media* e o grau/ordem de importância atribuída pelo público-receptor dessas mensagens mediáticas, foi um dos grandes estudos que fez catapultar a ideia de que os *media* estabeleciam uma agenda temática e com isso influenciavam a opinião pública. Em rigor existem três tipos de agenda envolvidos neste relacionamento entre *media* e opinião pública: a agenda dos *media* (*agenda setting*), a agenda das políticas públicas que é a dos actores políticos (*policy agenda-building*) e a agenda dos interesses dos cidadãos ou da opinião pública (*public agenda-setting*). Todas elas têm interações recíprocas e constituem aquilo que mais genericamente é entendido como agenda mediática. Cfr. Denis McQuail e Sven Windahl, *Modelos de Comunicação – Para o Estudo da Comunicação de Massas*, Editorial Notícias, Coleção Media & Sociedade, Lisboa, 2003, pp. 93/97.

⁵⁸Roger-Gérard Schwatzenberg, *Sociologia Política – Elementos de Sociologia Política*, São Paulo, Rio de Janeiro, Difel Difusão Editorial, 1979, p. 67.

⁵⁹“Na sua concepção primitiva, ela não era um fim, mas um meio. Um meio cujo fim era limitar o poder dos governantes. Este limite reside no respeito das forças autónomas da vida social”. Deste modo, Georges Burdeau admite indirectamente a existência e a força da opinião pública como legitimadora das acções políticas, pois “é de admitir que a sociedade preexiste no Estado”. Georges Burdeau, *A Democracia – Ensaio sintético*, *Op. Cit.*, p. 55.

que um cidadão individual se vê envolvido, muitas vezes, de maneira incompreensível para ele, não permite a fácil transferência de regras morais do plano dos seus interesses privados para o das acções de maior porte e consequência. Nesta visão centra-se “a dimensão ética da opinião pública” e que “é resultante do papel político que o espaço público assumiu: o seu carácter moral qualifica a forma como é desempenhado esse papel político”⁶⁰.

De um modo geral, os políticos devem pesar as suas decisões e averiguar se chocam ou não com os valores e referências da opinião pública. Por exemplo, “estes dificilmente podem tomar decisões hostis a um grupo que beneficia de forte corrente de opinião favorável”⁶¹, precisamente porque seria difícil manter esse tipo de actuação sem o apoio popular.

Na determinação da opinião que valida as acções políticas, o erro persiste na ideia de fazer crer que a opinião pública é apenas uma soma, uma atribuição numérica de opiniões individuais ou colectivas que se amalgamam e formam uma massa de opinião difusa, subjectiva e perfeitamente aleatória⁶². Esta ideia é completamente reducionista, pois limita o conceito de opinião pública à soma das opiniões e atitudes de cada um⁶³. Quando penetramos no conceito de opinião pública parece que damos lugar a uma tendência que retira significado e imbuí de vazio funções básicas como pensar, discutir, formar um juízo baseado na racionalidade. É que “desviar a atenção das massas dos problemas políti-

⁶⁰João Pissarra Esteves, *Op. Cit.*, p. 198.

⁶¹Roger-Gérard Schwatzenberg, *Sociologia Política – Elementos de Ciência Política*, op. cit, p. 667.

⁶²Cfr. Ignacio Bel Mallen, *Opinion Publica e Gobierno Local*, in AA.VV., Comunicação, informação e opinião pública - *Estudos de Homenagem a Andrés Romero Rubio*, Universidade Católica Editora, Lisboa, 2001, p. 241.

⁶³A ‘colagem’ da opinião pública com uma massa cuja força resulta apenas da presença física de indivíduos e no número que pode traduzir um certo volume, é completamente contrariada pela análise de Hannah Arendt. A autora acredita que a massa, longe de ser uma soma que esgota as suas energias na quantidade, pode ser uma energia de recurso infindável, desde que correctamente dirigida. A massa a que Arendt faz alusão é um massa composta por cidadãos apolíticos e desinteressados e que por essa razão se tornam mais fáceis de dirigir. É nesse sentido que relaciona o poder das massas com o modelo político totalitário e reflecte que “os movimentos totalitários são possíveis em toda a parte onde se encontrem as massas que, por uma razão ou por outra, descobrem a apetência pela organização política. As massas não são unidas pela consciência de um interesse comum e não fazem parte de uma lógica específica de classes que se revelam pela prossecução de objectivos precisos (...). O termo “massa” aplica-se somente às pessoas (...)”. Cfr. Hannah Arendt, *Le Système Totalitaire – Les Origines du Totalitarisme*, Editions du Seuil, 1972, pp. 31/32. Sob este mesmo assunto e a relação entre as massas e o totalitarismo ler pp. 27/50.

cos urgentes é o mesmo que apoiar politicamente os que estão interessados em fechar os olhos do povo perante os problemas que exigem solução”⁶⁴.

Não há dúvida, que a forma de analisar a opinião pública também tem vindo a adulterar-se com a própria evolução do conceito e a complexificação da teia política e comunicacional, mas continua válida a premissa de que a opinião pública inteligente é condicionada pela apresentação e justificação de temáticas diversas, entre as quais se destacam essas de foro político. A função pública da informação começa por significar e reconhecer que a pessoa e a sociedade têm direito à informação e que “esse direito invade a participação iniludível e absolutamente necessária no processo informativo-comunicativo, com a capacidade para assentir ou não, a possibilidade de expressar as próprias opiniões e adoptar uma atitude selectiva, valorativa e positivamente crítica das opiniões alheias”⁶⁵.

A opinião pública como corolário da democracia

Historicamente e sob perspectiva política, a opinião pública é entendida como o conjunto de opiniões sobre assuntos de interesse nacional, livre e publicamente expresso por homens que não participam no governo e reivindicam com essas opiniões o direito de influenciarem ou determinarem as acções ou a estrutura político-governativa. Assim compreendida, a opinião pública é, antes de tudo, uma comunicação entre os cidadãos e o seu governo.

Não faz sentido falar de opinião pública em regimes autocráticos, simplesmente porque não existe. A existir seria uma opinião abafada, clandestina, totalmente suprimida pela depurada razão política de querer exhibir uma falsa exterioridade e abertura. Depois, só existe opinião pública se houver informação, acesso aos mais diversos assuntos que porventura interessam aos cidadãos. Isto significa, acima de tudo, que quanto mais progride a democracia e quanto mais intensamente se aprecia e estuda a opinião pública como salvaguarda da moral política (como se pensou na tradição clássica) ou como expressão viva da liberdade de pensamento e da construção mediática, tanto mais veementes se tornam as exigências de transparência na informação veiculada e critério racionalmente considerado nos conteúdos dos principais meios de comunicação. “A

⁶⁴Vladimir Hudec, *O que é o Jornalismo?*, Editorial Caminho, Lisboa, 1980, p. 65.

⁶⁵Elena Real Rodriguez, *Reflexiones en Torno a la Relación Periodistas-Públicos: Sujetos de Derechos, Deberes y Responsabilidades*, in AA.VV., *Comunicação, Informação e Opinião Pública...*, op. cit. p. 152.

existência de uma opinião pública livre (...) é a marca da democracia”⁶⁶! É um lugar comum, mas também é a constatação real da observação das sociedades democráticas.

Se a opinião pública dos nossos dias é resultante, por um lado, da crise do seu próprio modelo anterior, o modelo liberal; por outro lado, ela é também um resultado das condições sociais particulares que marcam o processo de desenvolvimento das nossas sociedades. Nesse sentido, a democracia de massa - modelo político em torno do qual se consolidou a vida das sociedades ocidentais ao longo de todo o século transacto, a extraordinária intensificação e aceleração dos fluxos de comunicação e de informação proporcionada em larga medida pelos diversos dispositivos tecnológicos de mediação simbólica - dá lugar à chamada *sociedade de informação*⁶⁷, na qual a própria opinião pública se notabiliza e ganha força. Aliás, uma das ideias na qual se cimenta a própria construção democrática é a satisfação das necessidades dos cidadãos, através da captação da vontade da opinião pública⁶⁸. No entanto, essa vontade depende largamente da informação recebida, logo dos *media*, da própria comunicação política⁶⁹ que lhe fornece elementos de avaliação da conjuntura

⁶⁶Alfred Sauvy, *Op. Cit.*, p. 10.

⁶⁷Na sociedade de informação, referimo-nos a um tipo de sociedade em que há uma crescente dependência dos indivíduos e instituições relativamente à informação e à comunicação, de forma a serem capazes de funcionar de uma forma efectiva em quase todas as esferas de actividades. A sociedade da informação caracteriza-se pelo predomínio do trabalho com informação, pelo grande volume do fluxo de informação, pela interactividade de relações, pela integração e convergência de actividade, pelas tendências globalizadoras e cultura pós-moderna. Cfr. Denis McQuail, *Mass Communication Theory - An Introduction*, Sage Publications Publication, London, 1994, p. 91. Também o *Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal* refere que a sociedade de informação é “o modo de desenvolvimento social e económico em que a aquisição, armazenamento, processamento, valorização, transmissão, distribuição e disseminação de informação conducente à criação de conhecimento e à satisfação das necessidades dos cidadãos e das empresas, desempenham um papel central na actividade económica, na criação de riqueza, na definição da qualidade de vida dos cidadãos e das suas práticas culturais”. Cfr. Missão para a Sociedade da Informação do Ministério da Ciência e da Tecnologia, *Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal*, Ministério da Ciência e da Tecnologia, 1997, p. 7.

⁶⁸Cfr. Benjamin I. Page, *Who deliberates? - Mass media in Modern Democracy*, The University of Chicago Press, 1996, pp. 5-13.

⁶⁹Sabendo que a comunicação é necessária para o funcionamento do sistema político, muitos autores se dedicam ao estudo as implicações da comunicação no espectro político e às especificidades da comunicação política propriamente dita. Roger-Gérard Schwardzenberg observa que “a comunicação política é o *processus* de transmissão pelo qual a informação política circula de um lado para o outro do sistema político, e entre este e o sistema social. É um processo contínuo

vigente. Nesta linha de raciocínio, Doris Graber advoga que “a definição da democracia implica que o público tenha uma voz e impacto no governo”⁷⁰, daí a necessidade de boa formação da opinião pública.

Se a opinião pública foi primordialmente considerada como comunicação pública dos cidadãos ao governo, pode ser quase entendida como aconselhamento público, ditador de directrizes definidas pela vontade popular.

A ausência de uma história da opinião pública, que combinasse pormenores descritivos com clareza analítica, torna duplamente necessário que se considerem os marcos significativos em que os demais governos deixaram de censurar a expressão pública da dissensão política. 1695 em Inglaterra e 1789 em França marcam esse ponto de viragem para a afirmação da livre expressão de pensamento como um valioso direito do homem.

É na confluência destes vários factores – do passado e do presente – que a opinião pública contemporânea mantém o estatuto de referência fundamental da vida política, mas apresentando, de modo concomitante, sinais de crise bem visíveis e cada vez mais fortes. Reitera-se então a seguinte questão: a opinião pública tem poder?

É certo que a opinião pública pode fornecer indicadores claros do envolvimento ou alheamento da comunidade civil em questões de relevância nacional ou internacional. Na perspectiva meramente instrumental, a opinião pública tem um poder decisório em matérias referendáveis ou eleitoralistas. No entanto, o seu peso é mais evidente na mediatização da política propriamente dita. Sendo invocada com grande persistência para fins muito diversos e com os propósitos mais dispares, a opinião pública continua a apresentar-se, cada vez mais, como um valor simbólico de uso corrente e de circulação ilimitada no universo da vida política. Talvez por isso, “ao lado do sistema político, formou-se um sistema parapolítico que pressiona o primeiro em nome da opinião. Apesar de obedecerem a lógicas distintas, as instituições do Estado democrático adaptam-se ao modo como os *media* se encontram organizados, quer

de troca de informação entre os indivíduos e os grupos em todos os níveis”. Cfr. Roger-Gérard Scharwtzenberg, *Sociologia Política – Elementos de Ciência Política, Op. Cit.*, p. 176. Na mesma linha de raciocínio, Jean-Marie Cotteret defende que “a comunicação política assegura a adequação entre os governantes e os governados através da permanente troca de informação”. Cfr. Jean-Marie Cotteret, *Gouvernants et Gouvernés*, Vendôme, Presses Universitaires de France, 1973, p. 9.

⁷⁰Doris Graber, *News and Democracy - are their paths diverging?*, Bloomington, Indiana, 1992, p 27.

na linguagem quer na lógica”⁷¹. Por exemplo, a imagem geral de uma situação de crise apresenta-se pela divisão, anomia, heterogeneidade e irracionalidade do espaço público democrático tal como ele existe actualmente⁷².

Evidentemente que a opinião pública e a massificação das sociedades são processos que se entrelaçam e ganham coerência num contexto comum, daí que a opinião pública hoje é essencialmente uma opinião de massa: constituída já não verdadeiramente por públicos, como sucedia em épocas anteriores (especialmente no século XIX), mas sim por esta nova sociabilidade a que damos o nome de massa, nas suas formas de agregação social com base em relações frágeis, superficiais e tendencialmente burocratizadas.

A opinião pública, francamente dominada pela massa, fortalece-se no sistema também ele animado pelo poder conferido aos cidadãos. A interligação entre os cidadãos, as políticas públicas e o próprio governo decorrente de uma democracia maioritária, sedimenta-se na opinião pública e no papel que esta assume na sociedade contemporânea (agora distanciada dos problemas do século que a viu crescer). “A opinião pública todavia só influirá no governo de um País quando possa eficazmente exprimir-se, seja através do sufrágio eleitoral ou de *referendum*, seja mediante o aparecimento de líderes que saibam captá-la e traduzi-la”⁷³. Aí sim, a democracia tem lugar e a opinião pública exprime-se com legitimidade.

Opinião pública e participação política

O problema da opinião pública prende-se, naturalmente, com o exercício da cidadania, da participação política e, como vimos, da vida democrática. Aliás, o conceito de cidadania vulgarizou-se precisamente por estar adstrito aos direitos e deveres dos cidadãos e às condições do seu exercício e da sua efectivação em sociedades democráticas. “É frequente a negação da utilidade do conceito de opinião pública, mas dificilmente se poderá recusar que esta corresponde a um fenómeno típico dos Estados contemporâneos e que encerra em si mesma

⁷¹José Maria Rodrigues da Silva, *Democracia ou Telecracia? Uma Nova Ideologia*, Publicações S.A, Chaves Ferreira, Lisboa, 1999, p. 71.

⁷²Cfr. Jean-Marc Ferry, *Op. Cit.*, p.20.

⁷³Marcello Caetano vai mais longe ao considerar que a opinião pública tem possibilidades de “desempenhar na vida do Estado uma função motora, uma função refreadora ou uma função sancionadora”. Argumenta que exerce uma função motora sempre reclama iniciativas ou exige reformas; exerce a função refreadora quando fiscaliza a vida pública e assume um papel sancionador quando aprova ou condena atitudes, decisões e personalidades. Cfr. Marcello Caetano, *Op. Cit.*, p. 383.

a legitimidade de base representativa e democrática”⁷⁴. As diferenças que se apresentam na clivagem público/massa, ao nível da acção referem-se sobretudo às possibilidades de resposta dentro do sistema político. “Uma concepção de democracia pretende que uma sociedade democrática seja aquela em que as pessoas dispõem de meios que lhes permitem participar de maneira significativa na condução dos seus próprios assuntos e em que os meios de comunicação social, os *media*, sejam abertos e livres”⁷⁵. Decorrente desta premissa, ao nível da opinião pública, também se reconhece a possibilidade participação das massas nos assuntos públicos, embora essa intervenção se situe no âmbito da “participação passiva”⁷⁶, traduzida por um comportamento que revela interesse pela política, informação sobre as políticas públicas, mas reserva-se quanto à possibilidade de utilizar os diversos mecanismos de participação. “Ao comportamento político activo orientado para a mudança e transformação das decisões políticas, acresce o comportamento passivo: um tipo de “síndrome de espectador” vulgarmente associado ao mero “consumo da política” e à exposição passiva a formas materiais de participação”⁷⁷.

A cidadania e a participação esvaziam-se “sem uma pluralidade de expressões, sentimentos e opiniões, sem diversidade de propostas, sem possibilidade efectiva de escolha e de iniciativa. A ética da responsabilidade supõe, efectivamente, não apenas a possibilidade da opção entre diversas possibilidades, mas igualmente a existência de condições para o exercício dessa opção”⁷⁸. A

⁷⁴Nilza Mouzinho de Sena, *A Interpretação Política do Debate Televisivo 1974/1999*, Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa, 2002., p. 218.

⁷⁵Noam Chomsky, *Op. Cit.*, p. 10.

⁷⁶Manuel Meirinho Martins tipifica a intervenção dos cidadãos na vida política segundo um envolvimento activo e passivo, sendo o envolvimento máximo entendido como “um modo de viver específico assente na participação plena dos cidadãos na vida pública, visando a realização do ideal democrático do auto-governo e a correspondente superação da cisão entre governantes e governados” e a participação passiva próxima das acções que “não pretendem influenciar directamente as decisões políticas, ainda que possam assumir um carácter instrumental tendo em vista aquele objectivo”. Sobre o problema da participação política e o grau de envolvimento dos cidadãos veja-se Manuel Meirinho Martins, *Participação Política e Democracia – O Caso Português (1976-2000)*, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (Universidade Técnica de Lisboa), Lisboa, 2004, pp. 42/50.

⁷⁷Idem, *Ib*, p. 47.

⁷⁸Manuel Pinto, *Pensar e Projectar o Serviço Público com a Participação do Público*, in Manuel Pinto, (Coord.), *Televisão e Cidadania – Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*, Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade, Coleção Comunicação e Sociedade, Braga, 2003, p. 40.

massa condicionada por uma lógica sistémica e por processos formais rígidos que transformam cada indivíduo membro dessa massa, tornam-no também um mero recurso de mercado, onde o número dos que emitem opiniões que contam se restringe drasticamente, na proporção inversa àqueles que a partir de agora se posicionam com opiniões que se integram num todo.

Ninguém ignora, o papel crucial que os *media* tiveram nesta mudança: eles são, simultaneamente, os seus directos beneficiários e os dinamizadores mais entusiastas. Serão eles os formadores preferenciais da opinião pública, ao mesmo tempo que beneficiam dela? Tudo o que constitui a história de sucesso dos *media* ao longo do século transacto, a sua importância política, o seu poder económico e o seu esplendor tecnológico. Quase anteciparíamos uma conclusão lógica que se orienta para uma opinião pública cada vez mais mediática, isto é, a opinião de uma massa que é funcionalmente processada e emotivamente excitada por dispositivos tecnológicos de mediação, a que damos a designação comum de *media*. Neste caso, insistimos na questão, mas com um ‘sustentáculo’: quem tem o poder – *media* ou opinião pública?

Bibliografia

- AA.VV, Massimo Salvadori (Coord.), *História Universal – O Século das Luzes*, Planeta De Agostini, Volume 10, Espanha, 2005.
- ABERCOMBRIE, Nicholas - *Television and Society*, Polity Press, Cambridge, Oxford, Malden, 1999.
- ARENDT, Hannah - *The Human Condition*, The University of Chicago Press, Chicago & London, 1998.
- ARENDT, Hannah - *Qu'est-ce que la politique?*, Édition du Seuil, Collection L'Ordre Philosophique, Paris, 1995.
- ARENDT, Hannah - *Qu'est-ce que la politique?*, Édition du Seuil, Collection L'Ordre Philosophique, Paris, 1995.
- ARENDT, Hannah - *La Crise de la Culture*, Gallimard, Paris, 1972.
- ARENDT, Hannah - *Le Système Totalitaire – Les Origines du Totalitarisme*, Editions du Seuil, 1972.

- AUGRAS, Monique - *Opinião Pública – Teoria e pesquisa*, Editora Vozes, Petrópolis, 1980.
- BEL MALLÉN, Ignacio – *Opinion Publica e Gobierno Local*, in AA.VV., Comunicação, Informação e opinião pública – *Estudos de Homenagem a Andrés Romero Rubio*, Universidade Católica Editora, Lisboa, 2001.
- BRETON, Philippe e Serge Proulx - *A Explosão da Comunicação*, Lisboa, Editora \Bizâncio, 1997.
- BURDEAU, Georges - *A Democracia – Ensaio Sintético*, Publicações Europa-América, Coleção Saber, Mem Martins, 1975.
- CAETANO, Marcello – *Manual de Ciência Política e Direito Constitucional*, Almedina, Tomo I, Coimbra, 1996.
- CARPENTIER, Jean e François Lebrun – *História da Europa*, Referencial Editorial Estampa, Lisboa, 2002.
- CHOMSKY, Noam e Edward S. Herman - *La Fabrique de L'Opinion Publique – Politique Économique des Médias Américains*, Le Serpent à Plumes, Paris, 2003.
- CHOMSKY, Noam - *A Manipulação dos Media – Os Efeitos Extraordinários da Propaganda*, Editorial Inquérito, Coleção Perspectiva, Mem Martins, 2003.
- COTTERET, Jean-Marie - *Gouvernants et Gouvernés*, Vendôme, Presses Universitaires de France, 1973.
- DAHLGREN, Peter - *Television and the public sphere – citizenship, democracy and the media*, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, 1997.
- DEWEY, J. - *The Public and its problems*, Rinehart & Winston, New York, 1927.
- DUVERGER, Maurice – *Sociologia da Política – Elementos de Ciência Política*, Coimbra, Livraria Almedina, 1983.

- ESTEVEES, João Pissarra – *A Ética da Comunicação e os Media Modernos – Legitimidade e Poder nas Sociedades Complexas*, Fundação Calouste Gulbenkian, Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica, Textos Universitários de Ciências Sociais e Humanas, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 1998.
- FERRY, Jean-Marc - *Les transformations de la publicité politique*, Hermès, nº 4, Paris, 1989.
- GRABER, Doris - *News and Democracy - Are their paths diverging?*, Bloomington, Indiana, 1992.
- HABERMAS, Jürgen - *Théorie de L'Agir Communicationnel*, Fayard, 2. vols. Paris, 1987.
- HABERMAS, Jürgen – *L'Espace Public. Archéologie de la Publicité comme Dimension Constitutive de la Société Bourgeoise*, Payot, Paris, 1978.
- HUDEC, Vladimir - *O que é o jornalismo?*, Editorial Caminho, Lisboa, 1980.
- KUNTZ, Ronald A. – *Marketing Político: Manual de Campanha Eleitoral*, São Paulo, Global Editora, 2002.
- LAZARFELD, Paul – *A Opinião Pública e a Tradição Clássica*, in AA.VV., Charles Steinberg (org.), *Meios de Comunicação de Massa*, Cultrix, São Paulo, 1972.
- LE BON, Gustave - *Psicologia das Multidões*, Edições Roger Delraux, Coleção “Pensadores” dirigida por Gérard Leroux, 1980.
- MARTINS, Manuel Meirinho – *Participação Política e Democracia – O Caso Português (1976-2000)*, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (Universidade Técnica de Lisboa), Lisboa, 2004.
- MATTELART, Armand - *A Invenção da Comunicação*, Instituto Piaget, Coleção Epistemologia e Sociedade, Lisboa, 1996.
- MCCOMBS, Maxwell E. e Donald D. Shaw, *The Agenda Setting Function of Mass Media*, in *Public Opinion Quarterly* 36, Verão 1972.
- MCQUAIL, Denis e Sven Windahl, *Modelos de Comunicação – Para o Estudo da Comunicação de Massas*, Editorial Notícias, Coleção Media & Sociedade, Lisboa, 2003.

- NÖELLE-NEUMMAN, Elisabeth - *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*, The University of Chicago Press, Chicago, 1981.
- PAGE, Benjamin I. - *Who deliberates ? – Mass media in Modern Democracy*, The University of Chicago Press, 1996.
- PAGE, Benjamin I. & Robert Y. Shapiro, *The Rational Public – Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences*, The University of Chicago Press, American Politics and Political Economy Series, Chicago and London, 1992.
- PINTO, Manuel – Pensar e Projectar o Serviço Público com a Participação do Público, in Manuel Pinto, (Coord.), *Televisão e Cidadania – Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*, Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade, Coleção Comunicação e Sociedade, Braga, 2003.
- PRICE, Vincent - *Public Opinion*, Sage Publications, Communication Concepts, Newbury Park, London, New Delhi, 1992.
- RODRIGUEZ, Elena Real - *Reflexiones en torno a la relación periodistas-públicos: sujetos de derechos, deberes y responsabilidades*, in AA.VV., *Comunicação, informação e opinião pública – Estudos de Homenagem a Andrés Romero Rubio*, Universidade Católica Editora, Lisboa, 2001.
- SAUVY, Alfred – *L'Opinion Public*, Paris, Presses Universitaires de France (PUF), Collection Que Sais-Je?, 1977.
- SCHWATZENBERG, Roger-Gérard - *Sociologia Política – Elementos de Sociologia Política*, São Paulo, Rio de Janeiro, Difel Difusão Editorial, 1979.
- SENA, Nilza Mouzinho de – *A Interpretação Política do Debate Televisivo 1974/1999*, Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa, 2002.
- SPEIER, Hans – *O Desenvolvimento Histórico da Opinião Pública*, in AA.VV., Charles Steinberg (org.), *Meios de Comunicação de Massa*, Cultrix, São Paulo, 1972.
- STOETZEL, Jean e Alain Girard, *Les sondages d'opinion publique*, Presses Universitaires de France (PUF), Le Psychologue, Paris, 1979.

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

TOCQUEVILLE, Alexis de – *A Democracia na América*, Estúdios Cor, Colecção Ideias e Formas, Lisboa, 1972.

TOYNBEE, Arnold – *Helenismo*, Rio de Janeiro, Zahar, 1963.

Publicações periódicas

Jornal *Expresso*, edição de 15 de Junho de 2002 (texto de Adriano Duarte Rodrigues, *Modelos de Serviço Público*).

Relatório

Missão para a Sociedade da Informação do Ministério da Ciência e da Tecnologia, *Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal*, Ministério da Ciência e da Tecnologia, 1997.