

A OPINIÃO PÚBLICA NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

L'OPINION PUBLIQUE DANS LA SOCIÉTÉ D'INFORMATION

Ana Claudia Sousa¹

Adolfo Mamoru Nishiyama²

*Quando todos pensam da mesma forma é porque
Ninguém está a pensar.
- Walter Lippmann*

Resumo: O objetivo desse artigo é demonstrar como a sociedade da informação pode vir a contribuir para a formação da Opinião Pública. As redes sociais têm um papel fundamental nos dias que correm, pois no âmbito da Internet, qualquer assunto pode vir a ser discutido, pode vir a ser debatido. Na era digital somos todos protagonistas e, assim sendo, qualquer pessoa pode dar uma notícia ou mesmo externar suas opiniões por intermédio dos meios digitais. De certo que não pretendemos esgotar o assunto, até porque a literatura sobre tais institutos é vastíssima.

Palavras-chaves: Sociedade da informação. Opinião Pública. Redes Sociais. Internet. Mídias.

Résumé: *Le but de cet article est de montrer comment la société de l'information peut potentiellement contribuer à la formation de l'opinion publique. Les réseaux sociaux ont un rôle vital de nos jours comme sur Internet, tout sujet pourrait être discuté, il pourrait être discuté. À l'ère numérique, nous sommes tous les acteurs, et donc, tout le monde peut donner une histoire ou exprimer leurs opinions à travers les médias numériques. Dans un qui ne l'intention d'épuiser le sujet, parce que la littérature sur ces institutions est vaste.*

Mots-clés: *Société de l'information. L'opinion publique. Les réseaux sociaux. l'internet. Media.*

1 INTRODUÇÃO

A ideia desse artigo está relacionada ao enfoque que é dado à Opinião Pública e como a sociedade da informação vem se comportando com o número excessivo de notícias e relatos no dia a dia.

Não há dúvidas de que a Internet trouxe mudanças para o planeta. Mudanças que ocorrem desde o término da Segunda Guerra Mundial. E nesse trilhar, a internet vem modificando a forma pela qual a sociedade vem se organizando.

A comunicação digital pode estimular várias formas de discussões, como, por exemplo, política, economia, saúde, esporte etc. No âmbito virtual pode-se fomentar qualquer assunto, porém, resta saber como as pessoas podem se adaptar a esse fenômeno, melhorando sua integração com a tecnologia, ou seja, encontrar meios que, de certa maneira, venham a aprimorar essa ferramenta tão necessária para a sociedade.

1 Advogada; Mestre em Direito na Sociedade da Informação - Especialista em Mediação e Arbitragem - Especialista em Direito Tributário - Especialista em Processo Civil - Especialista em - Droit des Contrats - (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne) - Membro da Associação de Direitos Humanos Pesquisa e Pós Graduação - ANDHEP - Diretora da Coordenadoria do Combate à Violência da Mulher - OAB/SP Subseção Jabaquara - Diretora Adjunta da Comissão de Direitos Humanos - OAB/SP - Subseção Jabaquara - Membro do Centro de Estudos Avançados em Processo - CEAPRO; Membro do Comitê Brasileiro de Arbitragem - CBAr - Sócia proprietária Claudia Sousa Advocacia. E-mail: claudia@claudiasousaadvocacia.com.br

2 Mestre e Doutor em Direito Constitucional pela PUC/SP. Professor da Universidade Paulista.

A tecnologia impôs à sociedade certas mudanças que não estávamos preparados, não tínhamos estrutura para utilizá-la, porém, cada vez mais se faz presente no cotidiano. As novas tecnologias de informação e comunicação, em especial a internet, estão presentes em todas as áreas de atividades dos homens. A internet está ao alcance de grande parte da população, principalmente com a expansão do telefone móvel nos últimos anos.

Os usuários da tecnologia têm ao seu alcance uma ferramenta muito poderosa, porém, o que deve ser levado em consideração é como essa ferramenta deve ser utilizada e qual a melhor forma.

Esse artigo tem por escopo demonstrar que a Opinião Pública na sociedade da informação é um tema de muita relevância, pois atinge a todos e influencia a sociedade e os governantes.

A Opinião Pública é um assunto que traz inúmeras vertentes e muitos desafios. A sua definição não é unânime entre os pensadores, o que demonstra a dificuldade em se trabalhar com o referido tema.

Já a sociedade da informação pode ser considerada como uma “revolução”, ou seja, uma transformação radical nos meios de comunicação, especialmente com a expansão da internet para todas as pessoas, pobres ou ricas. Percebe-se, no entanto, uma profunda mudança social onde se afeta a economia e a cultura mundial, ou seja, constata-se que, de uma forma ou de outra, todos os indivíduos, gostando ou não, são atingidos por essa “revolução”.

Ao se unir os temas Opinião Pública e a sociedade da informação o assunto torna-se mais fascinante. Com essa ferramenta, tão poderosa, indivíduos que eram totalmente anônimos passam a participar ativamente na sociedade da informação, manifestando o seu pensamento e, muitas vezes, influenciando na Opinião Pública.

O método utilizado no presente artigo foi o qualitativo, com pesquisa bibliográfica nacional e estrangeira sobre o tema, com viés na sociologia.

O que é a Opinião Pública?

A Opinião Pública é um assunto que deve ser tratado com muita seriedade. É um tema que vem sendo estudado por inúmeros pensadores em diversas áreas do conhecimento. Walter Lippmann³ é um deles, que abordou esta temática por volta da década de 1920. Desde então, vários especialistas se dedicam em busca das seguintes explicações: O que é a Opinião Pública? Ela existe? Como ela pode, eventualmente, interferir na vida de uma sociedade? Hodiernamente, a Internet interfere ou não na Opinião Pública? No decorrer desse artigo responderemos a cada um desses questionamentos.

Como dito anteriormente, o conceito de Opinião Pública vem sendo estudado já há muitos anos. E até hoje não foi encontrada uma definição que possa traduzir de maneira fiel o que realmente é a Opinião Pública, sendo uma tarefa árdua.

Quando nos dedicamos ao estudo da “Opinião Pública” logo nos vem à mente, até mesmo de forma simplista, a opinião de um público em geral, opinião de pessoas sobre determinados assuntos, um determinado público para um determinado assunto, como também podemos ter na mente o público⁴, nos assuntos que tangem ao Estado, as ações do governo. Nessa ordem de ideias surgem alguns questionamentos: O que é Opinião? O que é o Público?

3 LIPPMANN Walter. Opinião Pública. Trad. Jacques A. Wainberg. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010. p. 12.

4 Público – do latim publicu – Do, ou relativo, ou pertencente ou relativo ao povo, à coletividade. HOLANDA FERREIRA, Antônio Buarque. Novo dicionário Aurélio da Língua Portuguesa. 3. ed. rev. e atual. Curitiba: Positivo, 2004, p. 1371.

Assevera Azambuja⁵ que: “Opinião é um juízo, sentimento, convicção, mas de caráter especial”. Já “Público”, pode ser algo que dê transparência, ou seja, algo que nos traga clareza.

Percebemos que a mídia e ou jornalistas acabam por influenciar diretamente a opinião do público, ou seja, os jornais, televisão, rádio, internet, enfim os meios de comunicação em massa influenciam a Opinião Pública sobre os mais variados problemas que atingem a sociedade.

Na verdade, o indivíduo é atingido pela Opinião Pública sempre que entra em contato com algo diferente do que ele pensa. A título de ilustração, muito do que sabemos, ou aquilo que ‘achamos’ que sabemos, tem uma origem, por exemplo, na leitura de um livro, no noticiário da televisão, na explicação de um especialista etc. Assim, não nascemos prontos, nós construímos e desconstruímos nossa opinião com o passar do tempo.

Hannah Arendt bem observa que o termo “público”, caracteriza-se por meio de dois fenômenos:

Em primeiro lugar, que tudo o que parece em público pode ser visto ou ouvido por todos nós e tem a maior divulgação possível. Para nós, a aparência – aquilo que é visto ou ouvido pelos outros e por nós mesmos – constitui a realidade; e em segundo lugar, o termo “público” significa o próprio mundo, na medida em que é comum a todos nós e diferente do lugar que privadamente possuímos nele.⁶ (Grifo não está no original)

Primeiramente, antes de adentrarmos ao tema proposto, vamos começar com as raízes etimológicas dos termos “Opinião” e “Pública”, que como podemos perceber constitui-se de duas palavras:

- a) Opinião⁷ – vem do latim *opināre* = quer dizer dar seu parecer, seu julgamento.
- b) Pública⁸ – do latim *publicus* = significa pertencente ou destinado ao povo, à coletividade.

Notadamente, faremos aqui uma pequena distinção, quando abordamos sobre a opinião pública e ela estiver escrita em letras minúsculas estaremos explicando a opinião pública no *âmbito individual* de cada um, suas necessidades, suas escolhas. No entanto, quando a escrevermos com letras maiúsculas estaremos tratando da Opinião Pública relacionada a um *grupo de pessoas*.

Insta salientar que, a mídia ao controlar o que o indivíduo venha a discutir ou, em outras palavras, os assuntos que as pessoas irão conversar, os estudiosos do assunto chamam a isso de *Agenda Setting*⁹ ou agenda dos meios e é neste contexto que a mídia, ao nos indicar uma gama de temas, impede que outros assuntos, outras informações, sejam percebidos e, portanto, debatidos. Compreendemos que o controle que a mídia exerce pode fazer com que o panorama de uma sociedade mude. É o que alguns estudiosos no tema também acreditam.

Torna-se a mídia, portanto, um fator intermediário entre os agentes sociais e a esfera pública, ou seja, a agenda dos meios determina a agenda pública e, diante disso, para uma opinião ser uma Opinião Pública, necessariamente deve estar presente nos meios de comunicação em massa.

5 AZAMBUJA, Darcy. Introdução à Ciência Política. 2. ed. São Paulo: Globo, 2009. p. 295.

6 ARENDT, Hannah. A Condição Humana. Trad. Roberto Raposo. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense universitária, 2014. p. 61-64.

7 CUNHA, Antônio Geraldo da. Dicionário etimológico da língua portuguesa. 4. ed. rev. e atual. de acordo com a nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010, p. 462.

8 Ibid. p. 531

9 O uso do termo em inglês deve-se à dificuldade de tradução – “fixação” ou “determinação da agenda” não satisfazem e à sua aceitação universal (BARROS FILHO, Clóvis de. Ética na Comunicação. 6. ed. São Paulo: Summus. 2008, p. 210).

É o que preconiza Clóvis de Barros Filho: “Os temas discutidos no cotidiano são determinados pelas mensagens da mídia. É o que prevê a hipótese da agenda *setting*. Se trata, de uma das formas possíveis de incidência dos meios de comunicação de massa sobre a sociedade”.¹⁰

Nesse contexto, não podemos nos esquecer do distanciamento das relações entre as pessoas na nova sociedade da informação que impede que elas ativem sua consciência para a complexidade de certos assuntos onde a mídia parece ser o ator principal. As pessoas estão maravilhadas pelo o que a internet pode fazer em suas vidas e, diante desse fato, as suas opiniões podem ser influenciadas pelo meio digital.

Maxwell Mccombs e Donald Shaw¹¹ foram os pesquisadores que se aprofundaram sobre a hipótese do Agenda Setting no ano de 1972 – com o artigo nomeado *The Agenda Setting Function of Mass Media*, e quem norteou tal pesquisa foi Walter Lippmann em 1922 com sua obra *Public Opinion*. Sendo que os meios de comunicação desta época ainda não incluíam, por óbvio, a internet. Eram apenas: rádio, televisão, jornais e revistas.

Precusores deste assunto confirmam a tese de que a mídia tem o condão de sugerir os temas para se criar uma falsa ideia, em outras palavras, a mídia pode manipular o que ela quiser, quando ela quiser, bastando para isso que ela se utilize de recursos corretos.

Em meio a essa perspectiva é de suma importância conhecer alguns conceitos sobre a Opinião Pública.

A Opinião Pública para os institutos de sondagem nada mais é do que a soma das opiniões individuais. São ouvidos determinado número de pessoas, ou seja, por amostragem e a somatória é realizada por intermédio de técnicas de estatísticas. O que se percebe é o resultado numérico daqueles que se manifestaram, mas e aqueles que não têm opinião sobre o tema abordado?

Nessa linha de intelecção, podemos verificar que a Opinião Pública faz parte do nosso dia a dia, ou seja, muitas das informações são fornecidas pela mídia por porcentagem, gráficos, pirâmides etc. por meios estatísticos.

Nesse contexto, percebemos que podemos ter uma opinião com relação a qualquer assunto, desde uma vida saudável até sobre a economia do país.

Juarez Guimarães e Ana Paula Amorim entendem que “o conceito de Opinião Pública é, em geral, apresentado como inconsistente e difuso, sem ter reconhecimento de uma ordem conceitual clara na própria filosofia liberal que o teria produzido”.¹²

Gabriel Tarde, o primeiro sociólogo que estudou a fundo a Opinião Pública, assim a define: “é um grupo momentâneo e mais ou menos lógico de julgamentos que, respondendo a problemas propostos, em dado momento, é partilhado por numerosas pessoas do mesmo país, do mesmo tempo, da mesma sociedade”.¹³

Para Fernando Pessoa, “a Opinião Pública não se define. O que pode ser definido é o voto, ou seja, o voto por ser uma vontade, uma opinião pessoal expressa o desejo daquele indivíduo, pois, a tal Opinião Pública tem por natureza não ter ideias”.¹⁴

Preconiza Bobbio que:

10 Ibid. p 157.

11 MAXWELL E., McCombs; DONALD L., Shaw. *The Public Opinion Quarterly*. Summer, 1972. v. 36, n.2, p. 176-187.

12 GUIMARÃES, Juarez; AMORIM, Ana Paola. *A corrupção da Opinião Pública*. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 100.

13 AZAMBUJA, Darcy. *Ob. cit.*, p. 295.

14 PESSOA, Fernando. *A opinião pública*. Disponível em: <<http://arquivopessoa.net/textos/2908>>. Acesso em 27 jan. 2017.

A história do conceito de Opinião Pública coincide com a formação do Estado moderno que, com o monopólio do poder, privou a sociedade corporativa de todo o caráter político, relegando o indivíduo para a esfera privada da moral, enquanto a esfera pública ou política foi inteiramente ocupado pelo Estado. Mas, após o advento da burguesia, ao constituir-se dentro do Estado uma sociedade civil dinâmica e articulada, foi se formando um público que não quer deixar, sem controle, a gestão de interesses públicos na mão de políticos. A Opinião Pública foi levada deste modo a combater o conceito de segredo de Estado, a guarda dos arcaria imperi e a censura, para obter o máximo de "publicidade" dos atos do Governo.¹⁵

Podemos perceber que não há um consenso no que diz respeito ao conceito da Opinião Pública e, diante desse fato, torna-se difícil a empreitada, pois o tema é complexo, uma vez que o assunto envolve o indivíduo inserido na sociedade com a sua opinião, juntamente com o Público que está relacionado à vida na sociedade.

Para Habermas, a Opinião Pública:

Assume significados diferentes, dependendo de ser reivindicada como uma instância crítica em relação com a publicidade do exercício do poder político social, exigida normativamente ou ser colocada a serviço de pessoas e instituições, bens de consumo e programas, como instância receptiva na relação com a publicidade difundida de modo demonstrativo e manipulador.¹⁶

A Opinião Pública, notadamente, não pode ser considerada como uma agitação das massas. Os veículos de comunicação em massa são aqueles capazes de alcançar o maior número de pessoas ao mesmo tempo. Cabe aqui distinguir o que venha a ser multidão, público e massa de uma forma bem genérica:

- a) *Multidão*¹⁷, do latim *multitudine*. É a abundância de pessoas ou de coisas. Grande quantidade de ajustamento que não obedecem a qualquer forma prévia. Antônio Negri dá uma definição para Multidão:

Quando olhamos os corpos, percebemos que não estamos apenas diante de uma multidão de corpos, mas compreendemos que cada corpo é uma multidão. Cruzando-se na multidão, cruzando multidão com multidão os corpos se misturam, se tornam mestiços, se hibridizam, se transformam, são como as ondas do mar, em perene movimento e em perene e recíproca transformação.¹⁸

- b) *Público* é conjunto de indivíduos em que: é praticamente igual ao número de pessoas que expressam e recebem opiniões; a organização da comunicação pública permite uma resposta imediata e efetiva a uma opinião publicamente expressa; a opinião, formada através dessa discussão, encontra possibilidades de transformar-se em ação efetiva, mesmo contra o sistema de autoridade vigente, se necessário; a instituição de autoridade não tem penetração. O público é, portanto, mais ou menos autônomo nas suas ações.
- c) *Massa*¹⁹ é o conjunto de elementos em que: o número de pessoas que expressam opiniões é incomparavelmente menor do que o das que as recebem; a massa é uma coleção abstrata de indivíduos, recebendo impressões e opiniões já formadas, veiculadas pelos meios de comunicação de massa; a organização da comunicação pública impede ou

15 BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. Dicionário de política. Trad. Carmen C. Varriale et al. Brasília: Universidade de Brasília, 1998, p. 842

16 HABERMAS, Jürgen. Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. Trad. Denilson Luís Werle. São Paulo: Unesp, 2014, p. 487.

17 HOLANDA FERREIRA, Antônio Buarque. Ob. cit., p.1371.

18 NEGRI, Antônio. Por uma definição ontológica de multidão. In: Cinco lições sobre Império. Rio de Janeiro: DP&A. 2003, p.170.

19 Massa vem do latim. Quer dizer a reunião de numerosos elementos distintos, multidão de pessoas (CUNHA, Antônio Geraldo da. Op. cit., p.414).

dificulta a resposta imediata e efetiva às opiniões externadas publicamente; as autoridades controlam ou fiscalizam os canais por meio dos quais a opinião se transforma em ação; os agentes institucionais têm maior penetração. A massa, portanto, não tem autonomia, sendo reduzida à formação da opinião independente por meio da discussão.

Noutro giro, ressalta-se, que a Opinião Pública muda com o passar do tempo e com isso há divergências entre as opiniões. E essa divergência é importante, desde que seja pacífica, pois vivemos em uma democracia.

De certo modo, as pessoas estão mais acostumadas em demonstrar juízo de valor do que mesmo uma opinião formada sobre determinado tema. E com a internet, por ser um meio veloz de troca de informações, não há tempo hábil para os indivíduos formarem uma opinião concreta. Percebe-se que a mídia, seja ela digital ou não, tem que estar sempre atenta ao interesse do público, pois esse interesse muda num piscar de olhos.

Para nós, a Opinião Pública é um sistema que pode ser utilizado, tanto pela sociedade organizada, quanto pelo próprio Estado, para que os meios de comunicação possam trazer da maneira mais fiel possível à realidade e saber qual a melhor decisão a se tomar. Dessa forma, a existência da Opinião Pública fica condicionada à subsistência da democracia, pois um grupo não pode impor sua forma de pensar a outro grupo mediante a força.

2 ELEMENTOS DA OPINIÃO PÚBLICA

Há dois elementos sobre “Opinião Pública” a serem considerados para a sua correta compreensão: (a) um sujeito: que pode ser pessoal (individual) ou coletivo; (b) a mensagem: a informação que se pretende transmitir.

2.1 SUJEITO PESSOAL OU COLETIVO

Com a internet todos podem ou mesmo possuem o “poder” de fornecer, de trocar e de receber informação. Informação esta, que não mais é transmitida só por um jornalista, um editor, por jornais, rádio ou mesmo televisão, pois com a internet, todos podem, ou dizendo de outra forma, todos têm esse direito que está albergado na Constituição Federal que chama de liberdade de expressão de trocar informações e notícias. Com efeito, a livre manifestação do pensamento é um direito e garantia fundamental previsto no art. 5º, inciso IV, da Constituição Federal, sendo proibido apenas o anonimato. Assim, o sujeito pessoal tem o direito de manifestar o seu pensamento e transmitir informações.

Percebe-se que, com a internet, em especial com as redes sociais, um grande número de pessoas, que supostamente estão no anonimato, pode acabar por influenciar a Opinião Pública. De certo que, esse tipo de Opinião Pública pode ser dito como uma “massa anônima”. Na realidade, quando falamos em anonimato estamos nos referindo à massa de pessoas desconhecidas que se manifestam em redes sociais e, que de certa forma, passam a ter voz na Opinião Pública. É certo, porém, que esse anonimato não subsiste quando houver o cometimento de crime ou ofensas pessoais nas redes sociais, pois as autoridades policiais conseguem rastrear esses indivíduos.

Seguindo essa mesma linha, encontramos grupos poderosos que estão tanto ligados aos órgãos do governo quanto às empresas privadas. Eles podem criar ambientes falsos ou imagens falsas para controlar o humor do público, pois não podemos esquecer que esse público é um consumidor de notícias.

Rivers e Schramm nos explicam o seguinte:

A sociedade tem três grandes instrumentos que podem estimular ou levar os veículos de comunicação a um desempenho responsável: o governo, os próprios veículos de massa e o público, pois todos dividem esse encargo que é a responsabilidade da transformação. E embora esses instrumentos estejam armados com graus variáveis de poder para promover a transformação, nenhum pode consegui-la sozinho, sem exceção. O que devemos buscar é o equilíbrio razoável de responsabilidade e algumas ideias de como ela pode ser usada.²⁰

Entretanto, não podemos deixar a carga somente do governo, que exerce de forma normativa, o controle dos veículos de comunicação. De certo, acreditamos que, o poder da comunicação cresceu tanto que somente um governo não poderia contê-lo, mas também o público tem esse poder de controle e com o uso da internet isso se torna mais evidente.

Claro que o governo não pode simplesmente ignorar a atuação dos veículos de comunicação, mas, também, não pode impor-lhe censura. Isso seria muito perigoso e com certeza deve ser evitado, pois manter o curso da informação faz parte da democracia.

Nesse trilhar, os próprios meios de comunicação devem estar atentos ao comportamento ético de seus profissionais e quando falamos de seus profissionais, estamos indicando aqui os editores, os donos de jornais e revistas, pois esperamos que sejam imparciais, éticos e que eles tenham em mente que fazem um serviço de utilidade pública ao nos trazer informações e notícias.

E por fim, o próprio público precisa estar muito atento às variações de informações. O público, muitas vezes, não tem a noção do grande poder que tem em suas mãos, pois a mídia fica atenta às suas inconsciências e muda diante dos interesses desse público. O compromisso que a Opinião Pública tem é sempre estar alerta e a internet é um expediente muito útil para isso.

Temos que ter a plena consciência de que a informação é importante, pois uma sociedade que conheça os seus direitos, poderá de forma ordenada exigir dos governantes uma solução, além de influenciar os meios de comunicação no conteúdo das informações transmitidas. A internet nos dá essa abertura do livre intercâmbio e de participar de forma contínua no desenvolvimento da nossa sociedade.

Antes da internet, os consumidores da notícia eram apenas passivos, ou seja, quando a notícia era veiculada por um jornal, pela televisão ou pela revista, nós apenas recebíamos aquela informação ou notícia e depois discutíamos com nossos familiares e amigos, com o fim de expor nossas opiniões. Na Era Digital é diferente, pois participamos de forma ativa e, com isso, muitos podem acreditar que se escondem no anonimato, acabando, por fim, cometendo ilícitos transmitindo informações inverídicas ou denegrindo a imagem das pessoas, tendo a certeza de que nada acontecerá, o que não é verdade como analisado anteriormente.

2.2 MENSAGEM

A mensagem deve ser transmitida da forma responsável e verdadeira. Rivers e Schramm dizem que: “a comunicação em massa é um empreendimento humano, e os erros humanos são inevitáveis, mas a exatidão é ainda a primeira responsabilidade”.²¹

Nessa perspectiva, qual será a melhor forma de suplantar tais informações da maneira mais próxima da realidade e sem erros? A informação ao chegar aos agentes sociais pode acabar por ser distorcida e, por diversas razões, pode ser tida como verdadeira.

É fato que, hodiernamente, muitas pessoas têm acesso à internet e, por isso, a quantidade de informações e notícias é abundante, o que dificulta saber quais são verdadeiras e quais são falsas.

20 RIVERS, L. William; SCHRAMM, Wilbur. Responsabilidade na Comunicação de Massa. Rio de Janeiro: Bloch, 1970, p. 335.

21 RIVERS, L. William; SCHRAMM Wilbur. Ob. cit., p. 194.

No seu livro *Cibernética e Sociedade – o uso humano dos seres humanos* – Norbert Wiener afirma que:

Como tese de que a sociedade só poderá ser compreendida por meio de um estudo de mensagens e das facilidades de comunicação de que disponha; e de que, no futuro desenvolvimento dessas mensagens e facilidades de comunicação, as mensagens entre o homem e as máquinas, entre as máquinas e os homens, e entre máquina e máquinas, estão destinadas a desempenhar papel cada vez mais importante. Sendo que o objetivo da cibernética é facilitar e desenvolver uma linguagem e técnicas que nos dê a capacidade de controle com relação a essa comunicação em geral.²²

Wiener quer dizer que, quando damos uma ordem para uma máquina isso não se diferencia de uma ordem dada para uma pessoa, ou seja, quando falamos ou mesmo escrevemos algo essa mensagem é passada para o indivíduo. O receio que existe é como essa informação chegará ao seu destinatário. Dessa forma, a mensagem deve ser a mais clara possível e imparcial.

De certo, mesmo que o sinal passe por uma máquina, ao invés de uma pessoa, esse fato é irrelevante, pois não alterará a relação com a mensagem. No entanto, voltamos a afirmar que o que nos preocupa é como essa mensagem chegará ao seu destinatário, pois acreditamos que dependerá muito do grau e entendimento de cada indivíduo.

Wiener preconiza que:

As mensagens são, por si mesmas, uma forma de configuração e organização. É possível, realmente, encarar conjuntos de mensagens como e fossem dotados de entropia²³, à semelhança de conjuntos de estados do mundo exterior. Assim como a entropia é uma medida de desorganização, a informação conduzida por um grupo de mensagens é uma medida de organização.²⁴

Há duas vertentes quando a mensagem é comunicada: (a) como essa mensagem é transmitida; (b) como o indivíduo responde a essa mensagem, pois toda causa tem seu efeito. Diante disso, muitas das vezes, a mensagem que deveria vir sem nenhuma deturpação encontra obstáculos na forma pela qual a mensagem é transmitida.

Ressalta-se que a mensagem a ser passada para o público, não poderá de forma alguma deixá-lo desorientado, ou seja, a informação deve sempre dizer a verdade. E essa responsabilidade é de todos, pois temos que fiscalizar e questionar a veracidade da informação.

3 A OPINIÃO PÚBLICA EXISTE?

Em meio a essa perspectiva surge uma pergunta: a Opinião Pública existe? Mas, antes de respondermos a este questionamento, vamos verificar como alguns estudiosos no assunto se posicionam.

Para o sociólogo Pierre Bourdieu²⁵ a Opinião Pública não existe! Não como imaginamos que ela exista. O artigo se intitula "*l'opinion publique n'existe pas*" [a opinião pública não existe] escrito pelo sociólogo francês dá conta de não existir a Opinião Pública, ele explica de modo claro e objetivo em três postulados:

- a) O primeiro postulado diz que todo mundo pode ter uma opinião: neste primeiro postulado supõe que todos possuem uma opinião, ou seja, quer dizer que qualquer pessoa possui opinião. Bourdieu questiona que quando se supõe que todos têm uma opinião esquecemos dos "outros" que não possuem nenhuma opinião.

22 WIENER, Norbert. *Cibernética e Sociedade. O Uso Humano dos Seres Humanos*. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1954, p. 15

23 Entropia: cada um dos elementos quantitativos que determina a condição termodinâmica de uma parte do problema (CUNHA, Antônio Geraldo da. Op. cit., p. 249).

24 WIENER, Norbert. Op. cit., p. 21

25 BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Lisboa: Fim de Século, 2003. p. 233.

A título de ilustração. Pergunta-se: Você é favorável ao governo do Prefeito “X”? Daí registra-se 40% de não resposta, 10% de sim, 50% de não. Percebe-se que há escolhas. Pode-se dizer que o número de pessoas desfavoráveis é superior à parte das pessoas favoráveis e, ainda, há o resíduo de 40%. Também se pode recalcular as percentagens favoráveis e desfavoráveis excluindo, então, as não respostas.

Bourdieu argumenta que esta simples escolha é uma operação teórica de uma importância impressionante. A eliminação das não respostas é semelhante ao que se faz nas consultas eleitorais quando se excluem os votos brancos e nulos, em outras palavras, há uma imposição na verdade, o que fazem com as pesquisas eleitorais é o mesmo que fazem com as pesquisas de opinião;

- b) O segundo postulado é que todas as opiniões têm valor: Bourdieu chama este segundo postulado de “ethos de classe” (ética de classe), é um sistema de valores implícitos que as pessoas interiorizam desde a infância e a partir dos quais produzem respostas a problemas extremamente diferentes, em outras palavras, quando pessoas saem de um cinema, por exemplo, as opiniões que elas possivelmente podem trocar decorrem, em grande parte, de sua ética de classe, da sua lógica, de suas experiências e da sua coerência.
- c) O terceiro postulado diz que a todos são colocadas as mesmas questões ficando assim explícito que há um consenso sobre os problemas: a ideia é fazer, em uma pesquisa de opinião, a pergunta na forma mais neutra possível para se ter a chance de todas as respostas. O fato é que se quebrassem as regras da objetividade, qual seja, se dessem às pessoas os meios, dados, informações mais próximo possível da realidade, as respostas seriam também mais próximas da realidade. A título de ilustração, há pessoas que são favoráveis ao aborto e outras são desfavoráveis e você? A crítica está nas perguntas já formuladas, nas perguntas fechadas sem dar o mínimo de questionamento àquele que irá responder.

Em suma, o que Bourdieu quis dizer foi que a Opinião Pública não existe, pelo menos na forma que lhe atribuem os que têm interesse em afirmar sua existência. E continua:

Por um lado, haviam opiniões constituídas, mobilizadas, grupos de pressão mobilizados em torno de um sistema de interesses explicitamente formulados; e por outro lado, disposições que, por definição, não constituem opinião. Esta definição da opinião não é a minha opinião sobre a opinião, é simplesmente uma explicitação da definição revelada através das próprias pesquisas de opinião, ao pedirem às pessoas para tomarem posição sobre opiniões formuladas, e ao produzirem, através de simples agregação estatística as opiniões assim produzidas, este artefato que é a opinião pública. O que digo é apenas que a opinião pública na acepção que é implicitamente admitida pelos que fazem pesquisas de opinião ou utilizam seus resultados, esta opinião não existe.²⁶

Nessa linha de intelecção, o jornalista Caio Túlio Costa, em um artigo postado na Internet sob o título “a morte da Opinião Pública”, fala que um dia a Opinião Pública existiu, mas nos dias que correm ela já não está entre nós:

A Opinião Pública – outra vez: que forma a opinião do público – morreu porque há excesso de informação, e a nova mídia é um dos maiores responsáveis por isso. Os pigmentos que formam a imagem, e permitem a sua visualização por inteiro a partir de um olhar distanciado, não suportam mais esse distanciamento. Nós só vemos os fragmentos, só os pontos. Não formam a imagem. As instituições só enxergam os seus próprios fragmentos degradados.²⁷

26 BOURDIEU, Pierre. Ob. cit., p. 245.

27 COSTA, Caio Túlio. A morte da opinião pública. Disponível em: <<http://caiotulio.com.br/2009/02/a-morte-da-opinio-publica>>. Acesso em 28 jan. 2017.

A nosso ver, e com todo o respeito pelos estudiosos que acreditam que não exista a Opinião Pública e respondendo, então, ao questionamento se a Opinião Pública existe ou não, no nosso entendimento a Opinião Pública existe e realmente interfere nas decisões de uma sociedade.

A Opinião Pública deve ser vista como uma questão de poder, pois com ela o panorama de uma sociedade pode mudar e influenciar governos, pelo fato de estarmos todos interconectados. É o que se nota com as decisões tomadas pelos governos federal, estadual e municipal que levam em consideração a Opinião Pública. Medidas são tomadas ou não dependendo da manifestação da Opinião Pública a respeito.

Nos dias que correm, qualquer indivíduo que tenha acesso à Internet pode manifestar-se trazendo à tona um assunto que não está na mídia e este assunto pode até mesmo “viralizar” termo também chamado de “viral na internet²⁸”. Entendemos que a opinião de uma pessoa na internet pode, eventualmente, influenciar outras a tal ponto de se tornar uma Opinião Pública. Essa parece ser a força da Opinião Pública na sociedade da informação.

4 CONCLUSÃO

Desde o final do século XX as inovações no que tange a comunicação e a informação permitem o desenvolvimento de novas tecnologias. E os efeitos dessas tecnologias podem ser percebidos das mais variadas formas de acordo com a sua natureza. Temos como exemplo, o e-mail (endereço eletrônico) que é o meio utilizado para se comunicar com maior facilidade e rapidez; os aplicativos nos quais utilizamos as mensagens escrita e de voz; as diversas redes sociais etc. O uso de motores de busca²⁹ também pode ser utilizado como exemplo.

As tecnologias como os telefones móveis, a Internet e sistemas de transmissão digital para banda larga têm revolucionado o planeta. Devemos entender como tirar lições sobre as consequências a longo prazo de mudanças legais implícitas pela sociedade da informação, em particular na tradicional divisão de poderes e liberdades individuais.

O avanço tecnológico é uma realidade e com ele vem um universo de informações que nos trazem muitas inseguranças. O cuidado com as mensagens, com as informações é necessário, isso não há dúvida. As grandes mídias aproveitam-se do escasso tempo que temos e nos dá uma enxurrada de informações sobre muitos temas que, relevantes ou não, trazem de certa maneira o modo como vemos determinadas situações e o pior como eles “as grandes mídias” querem que seja o nosso comportamento com relação a tais temas.

Nos resta aqui responder aos questionamentos suscitados anteriormente de forma clara e concisa. Primeiramente:

1) O que é a Opinião Pública?

Como dito, no início do artigo, ainda não há um conceito que descreva com fidelidade o que realmente é a Opinião Pública, porém podemos identificá-la como um sistema que se bem utilizado pode fazer com que um grupo, um bairro, uma cidade e até mesmo um país mude.

²⁸ Viral é um termo que surgiu junto com o crescimento do número de usuários de blogs e redes sociais na internet. A palavra é utilizada para designar os conteúdos que acabam sendo divulgados por muitas pessoas e ganham repercussão (muitas vezes inesperada) na web. O termo é relacionado a palavra vírus (de computador ou doença), já que as pessoas chegam a compartilhar o conteúdo viral quase que inconscientemente. A palavra viral deu origem a outros termos como viralizar, viralizou e efeito viral (utilizado pelo Facebook para mensurar o quanto um conteúdo de uma página foi compartilhado). (MATSUKI, Edgard. Saiba o que significa “viral na internet”. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/tecnologia/2012/11/o-que-e-viral>>. Acesso em 27 jan. 2017).

²⁹ Os motores de busca utilizam software conhecido como “aranhas” ou “robots” que percorrem “toda” a Internet em busca da informação (documentos ou endereços de páginas web) que se pretende. Os dados são recolhidos para o index dos motores de busca, que cria uma base de dados com essa informação. A forma como a informação é indexada depende de cada motor de busca, podendo ser feita por palavras, títulos, URL’s ou por directorias. Assim, sempre que se introduz uma palavra ou um conjunto de palavras que se pretende pesquisar, as bases de dados são percorridas em busca de documentos ou sites que lhe correspondam. O resultado da busca é dado em hyperlinks, podendo clicar-se em cada uma das entradas para aceder à informação.

Assim, a Opinião Pública é um sistema que pode ser utilizado, tanto pela sociedade organizada, quanto pelo próprio Estado, para que os meios de comunicação possam trazer da maneira mais fiel possível à realidade e saber qual a melhor decisão a se tomar.

2) A Opinião Pública existe?

No nosso entendimento existe e de uma forma ou de outra ela contribui para o desenvolvimento de uma sociedade, porém, cabe a todos nós ficarmos atentos as 'não notícias' e não ser uma ferramenta de proliferação dessas 'não notícias' que apenas servem para trazer instabilidades. Além disso, a existência da Opinião Pública fica condicionada à subsistência da democracia, pois um grupo não pode impor sua forma de pensar a outro grupo mediante a força.

3) A Internet interfere ou não na Opinião Pública?

Não temos dúvidas que a Internet interfere sim, diretamente, no cotidiano de uma sociedade. Assim como a televisão influenciou uma geração a internet é muito mais poderosa pois deixamos de ser passivos e somos verdadeiros protagonista da nossa história.

REFERÊNCIAS

- ARENDDT, Hannah. **A Condição Humana**. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense universitária, 2014.
- AZAMBUJA, Darcy. **Introdução à Ciência Política**. 2. ed. São Paulo: Globo, 2009.
- BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na Comunicação**. 6. ed. São Paulo: Summus. 2008.
- BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. Brasília: Universidade de Brasília, 1998, v. 1.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Lisboa: Fim de Século, 2003.
- COSTA, Caio Túlio. A morte da opinião pública. Disponível em: <<http://caiotulio.com.br/2009/02/a-morte-da-opinio-publica>>. Acesso em: 28 jan. 2017.
- CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. 4. ed. rev. e atual. de acordo com a nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.
- GUIMARÃES, Juarez; AMORIM, Ana Paola. **A corrupção da Opinião Pública**. São Paulo: Boitempo, 2013.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa**. São Paulo: Unesp, 2014.
- HOLANDA FERREIRA, Antônio Buarque. **Novo dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 3. ed. rev. e atual. Curitiba: Positivo, 2004.
- LIPPMANN Walter. **Opinião Pública**. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.
- MAXWELL E., McCombs; DONALD L. Shaw. **The Public Opinion Quarterly**. Summer, 1972, v. 36, n. 2.
- MATSUKI, Edgard. **Saiba o que significa "viral na internet"**. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/tecnologia/2012/11/o-que-e-viral>>. Acesso em: 27 jan. 2017.
- NEGRI, Antonio. Por uma definição ontológica de multidão. In: **Cinco lições sobre Império**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- PESSOA, Fernando. **A opinião pública**. Disponível em: <<http://arquivopessoa.net/textos/2908>>. Acesso em: 27 jan. 2017.
- RIVERS, L. William; SCHRAMM, Wilbur. **Responsabilidade na Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Bloch, 1970.
- WIENER, Norbert. **Cibernética e Sociedade: o Uso Humano dos Seres Humanos**. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1954.