

## **A manipulação discursiva da opinião pública através da construção social da realidade e das representações sociais<sup>1</sup>**

Leonardo MOZDZENSKI<sup>2</sup>

Marisa ARAÚJO<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### **RESUMO**

No presente trabalho, propomos refletirmos sobre o modo como ocorre a manipulação discursiva da opinião pública. Lançando mão das clássicas noções de construção social da realidade (BERGER & LUCKMANN, 1985) e de representação (HALL, 1997), bem como da teoria das representações sociais (Moscovici, 2003), buscamos investigar de que forma os sujeitos apreendem e (re)constróem o mundo onde vivem, e como esse processo é socializado. Logo depois, examinamos a definição e as ressalvas ao conceito de ‘opinião pública’ (BOURDIEU, 2002; LIPPMANN, 2008; DEWEY, 2004; HABERMAS, 1981; etc.). E, ao final, discutimos as estratégias utilizadas pelo discurso manipulatório ao procurar conquistar a adesão da opinião pública (CHARAUDEAU, 2016).

**PALAVRAS-CHAVE:** manipulação discursiva; opinião pública; socioconstrutivismo.

### **Introdução: algumas premissas teóricas basilares**

As mídias desempenham um papel fulcral como agentes de controle social. Dessa maneira, os meios de comunicação de massa revelam-se responsáveis não só pela construção e cristalização de valores, crenças e ideias, como também pela manutenção e justificação do *status quo* e das desigualdades nas relações de poder. A engrenagem midiática opera, assim, como produtora e legitimadora da realidade, criando e estimulando determinadas condutas e visões de mundo particularmente propícias de enquadrar no modelo capitalista. Ditando o que devemos pensar e como devemos nos comportar, a mídia tradicional se põe – e nos põe – a serviço dos interesses das elites na sociedade contemporânea.

Neste trabalho, procuramos entender como se dá o processo de dominação, definida por Van Dijk (2015) como abuso do poder social para favorecer os grupos mais poderosos. Para tanto, nossa jornada epistemológica tem início com a adoção da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação do PPGCOM-UFPE | Doutor em Letras/Linguística pelo PPGL-UFPE, email: [leo\\_moz@yahoo.com.br](mailto:leo_moz@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> Mestranda em Comunicação do PPGCOM-UFPE, email: [marisa.araujoab@gmail.com](mailto:marisa.araujoab@gmail.com).

premissa básica de que *a realidade é uma construção social*, isto é, nosso mundo é produto de uma construção humana, cultural e histórica, desenvolvida por meio da interação entre os membros da sociedade.

Em seguida, investigamos como os sistemas representacionais produzem significado, e argumentamos que, sob a ótica socioconstrutivista, as coisas, pessoas e eventos só fazem sentido e se tornam objeto de conhecimento dentro do discurso. Essa noção é complementada pela *teoria das representações sociais*, que nos ajuda a perceber como as simbologias sociais contribuem para a construção do conhecimento a partir da interação social.

Por fim, discorremos sobre como essas ideias são fundamentais para observarmos a manipulação discursiva da opinião pública pelas elites (midiáticas e políticas) dominantes, mediante a imposição do acesso privilegiado aos recursos sociais pela discriminação.

### **A realidade é uma construção social**

A abordagem socioconstrutivista da realidade vem recebendo cada vez mais atenção tanto nos estudos de Psicologia Social, quanto no campo da Sociologia e, mais recentemente, no da Comunicação. Embora não seja possível se chegar a um conceito preciso e consensual acerca do termo ‘socioconstrutivismo’ (CORCUFF, 2001), é inegável que sua introdução no meio acadêmico se deve à seminal obra *A construção social da realidade*, de Berger e Luckmann (1985), publicada originalmente em 1966. No livro, os autores – sob forte influência do filósofo austríaco Alfred Schütz – defendem, em linhas gerais, que os mundos humanos e sociais existentes são construções dos próprios seres humanos, podendo também ser, assim, modificados e remodelados.

Berger e Luckmann (1985) assumem como princípio que as experiências dos sujeitos no mundo consistem primordialmente em processos sociais e que a interação cotidiana entre os indivíduos é determinante para o conhecimento por eles incorporado. Foge-se, portanto, à visão naturalizada e essencialista do mundo, na medida em que nós, seres humanos, somos fundamentalmente produtos sociais, históricos e culturais. Dessa forma, o socioconstrutivismo adota uma postura crítica diante do positivismo e do empiricismo, uma vez que considera que todo conhecimento é gerado sócio-

historicamente – o que ia de encontro às concepções individualistas e mentalistas predominantes na Psicologia à época da publicação da obra.

Para o socioconstrutivismo, o mundo social é moldado dialogicamente pelas conversas entre os sujeitos, as quais são compreendidas como padrões de atividades compartilhadas. Isto é, desde o nosso nascimento, somos sistematicamente incluídos em padrões de interação social: família, vizinhos, amigos, escola, etc. Com o passar do tempo, nos vemos progressivamente não apenas envolvidos por esses padrões conversacionais sociointerativos, como também percebemos que é a partir deles que conseguimos dar e fazer sentido sobre tudo o que nos cerca. Mas como isso se dá de fato? Como nós conseguimos conhecer outras mentes? Como a compreensão e a comunicação recíproca são produzidas entre os sujeitos?

Berger e Luckmann (1985) se ancoram na fenomenologia de Alfred Schutz para dar conta desses questionamentos. Originada no século 20, a fenomenologia é um movimento filosófico que descreve as estruturas da experiência tal como são apresentadas em nossa consciência, não recorrendo a teorias, deduções ou hipóteses advindas de outras disciplinas (como as Ciências Naturais, por exemplo). O interesse da fenomenologia não é o mundo que existe, mas sim a maneira como o conhecimento do mundo se realiza para cada indivíduo. Posicionando-se na convergência entre a sociologia compreensiva de Max Weber e a fenomenologia de Edmund Husserl, Schutz (2003 [1962]) avoca uma postura antiessencialista que tem como preceito central a negação de uma integral racionalidade do real.

Com o propósito de ultrapassar a simples constelação de subjetividades individuais que compõem a fenomenologia husserliana, Schutz (2003) propõe um olhar sociológico para a subjetividade, instaurando os fundamentos da relevância da noção de *intersubjetividade* nas Ciências Sociais. Em outras palavras, a experiência não consiste em um evento contingente e singular; antes, ela possui um certo grau de tipicidade e de repetição a partir da socialidade, isto é, do poder de interação e articulação entre mentes, no processo de consecução de uma ação. A sedimentação da experiência no processo social se dá por meio de dois “contextos”. No primeiro, o sujeito se depara com uma situação habitual e, assim, usa seus conhecimentos ordinários e estereotipados para dar conta das atividades sociais já automatizadas. Já no segundo, o sujeito enfrenta uma

situação nova e, para tanto, recorre à experiência através da reflexão, formulando novos *frames*, novos esquemas para dar sentido a essa nova realidade.<sup>4</sup>

Esses fundamentos sobre a vida cotidiana propostos por Alfred Schutz são retomados e reelaborados por Berger e Luckmann (1985) em sua sociologia do conhecimento. Buscando refletir sobre como a realidade é constituída, os pesquisadores afirmam:

Nosso ponto de vista, por conseguinte, é que a sociologia do conhecimento deve ocupar-se com tudo aquilo que passa por “conhecimento” em uma sociedade, independentemente da validade ou invalidade última [...] desse “conhecimento”. E na medida em que todo “conhecimento” humano desenvolve-se, transmite-se e mantém-se em situações sociais, a sociologia do conhecimento deve procurar compreender o processo pelo qual isto se realiza, de tal maneira que uma “realidade” admitida como certa solidifica-se para o homem de rua. Em outras palavras, defendemos o ponto de vista que *a sociologia do conhecimento diz respeito à análise da construção social da realidade* (BERGER & LUCKMANN, 1985, p. 14).

O principal desafio dos autores é desvendar como é possível que significações subjetivas se transformem em realidade ‘objetiva’ e como a realidade cotidiana é acessível aos membros ordinários da sociedade. Berger e Luckmann (1985) asseveram que a vida cotidiana se apresenta como realidade interpretada e dotada de significado. Ela é composta de processos de significação subjetivos que, ao serem compartilhados com outros membros da sociedade, tornam-se uma realidade ‘objetiva’, diante da qual os sujeitos assumem uma atitude natural. Nós a consideramos uma realidade dada e certa, já organizada antecipadamente e herdada dos nossos antecessores, independente dos sentidos que iremos lhe atribuir posteriormente:

Seus fenômenos acham-se previamente dispostos em padrões que parecem ser independentes da apreensão que deles tenho e que se impõe a minha apreensão. A realidade da vida cotidiana aparece já objetivada, isto é, constituída por uma ordem de objetos que foram designados *como* objetos antes de minha entrada em cena (BERGER & LUCKMANN, 1985, p. 38).

Ainda que partindo de pontos de vistas distintos, observamos que, na vida cotidiana, partilhamos de um mesmo mundo. Quer dizer, costumeiramente imaginamos que as outras pessoas vivenciam o mundo do mesmo modo que nós, assumindo uma postura natural e sem nos indagarmos a todo o momento acerca da sua veracidade. Esse mundo intersubjetivo da vida cotidiana constitui, portanto, a instância de realidade privilegiada de interpretação das vivências dos sujeitos, os quais assumem uma “suspensão da dúvida”. Em outras palavras: “A realidade da vida cotidiana é admitida

---

<sup>4</sup> Foge ao escopo deste trabalho um aprofundamento na discussão sobre a *teoria do enquadre* (ou *framing*). Aqui os *frames* são entendidos de forma bem ampla como “estruturas mentais que moldam a forma como vemos o mundo” (LAKOFF, 2004, p. xv). Para uma visão mais detalhada sobre o assunto – e, em particular, sua aplicação no domínio midiático – ver Sádaba (2001 e 2007)

como sendo *a* realidade. Não requer maior verificação, que se estenda além de sua simples presença. Está simplesmente *aí*, como facticidade evidente por si mesma e compulsória. *Sei que é real*” (BERGER & LUCKMANN, 1985, p. 40-41).

Os estudiosos argumentam ainda que a nossa interação cotidiana com os outros se encontra estruturada em *tipos*. Assim, compreendemos uns aos outros com base em um ‘esquema tipificador’, por meio do qual nos inter-relacionamos com os demais membros da sociedade. Desde as interações face a face até os discursos públicos mais institucionalizados, agimos consoante esse esquema tipificador e supomos que o outro também irá lançar mão de um esquema semelhante – o qual procuramos ratificar ou retificar ao longo do processo de troca comunicativa com os nossos interlocutores, em uma negociação recíproca contínua. Mas à medida que as tipificações se afastam da situação face a face, elas vão se tornando progressivamente anônimas, isto é, menos individualizadas.

Em síntese, consoante Berger e Luckmann (1985), por intermédio do processo de objetivação das significações subjetivas – o que implica a construção de um conhecimento comum da vida cotidiana – é que o sujeito estabelece um mundo comum, imprescindível à sua perpetuidade como espécie. Isso se revela algo internalizado nos indivíduos, uma vez que é continuamente validado e reiterado pelo comportamento social e pelas relações intersubjetivas entre os membros da coletividade.

Além de buscar compreender e explicar a realidade social como um resultado da ação dos próprios seres humanos nos seus espaços de viver e nas diferenças culturais e históricas, a concepção socioconstrutivista confere especial atenção ao modo como se dá a produção de representações sociais em um determinado contexto. Esse é o assunto tratado no próximo item deste trabalho.

### **A representação da realidade e as representações sociais**

“Os cachorros latem. Mas o conceito de ‘cachorro’ não pode latir nem morder”. Com essa anedota linguística, Stuart Hall (1997, p. 4) nos apresenta uma noção inicial do que vem a ser a *representação*. Assim define o sociólogo jamaicano:

Representação é a produção de sentido dos conceitos em nossas mentes mediante a linguagem. É o vínculo entre os conceitos e a linguagem, o que nos capacita para referirmos seja ao mundo real dos objetos, pessoas ou eventos, ou aos mundos imaginários dos objetos, pessoas e eventos fictícios (HALL, 1997, p. 4).

Ainda nas palavras de Hall (1997), é possível observarmos três perspectivas distintas que buscam explicar de que modo as representações operam através da

linguagem: o enfoque reflexivo, o enfoque intencional e o enfoque construtivista. No *enfoque reflexivo*, o sentido é pensado como que ‘repousando’ no objeto, na pessoa ou no evento. A linguagem funciona como um espelho refletindo o ‘verdadeiro sentido’ daquilo que existe no mundo. Ela atua por simples reflexo ou imitação da verdade, que já se encontra ‘fixada’ no mundo. No *enfoque intencional*, ocorre o oposto: é o indivíduo (falante ou autor do texto) quem impõe seu sentido único sobre o mundo através da linguagem. A linguagem é concebida como uma espécie de ‘jogo privado’, como se não houvesse códigos e convenções linguísticas sociais, e a fonte exclusiva de sentido fosse o sujeito cognoscente. O primeiro enfoque peca pelo fato de ignorar justamente a subjetividade individual na construção de sentidos, enquanto o segundo falha ao desconsiderar que a essência da linguagem é a comunicação, a interação.

Por fim, o *enfoque construtivista* do sentido reconhece o caráter público e social da linguagem. Assume-se aqui que nem as coisas em si mesmas, nem os usuários individuais da linguagem podem fixar o sentido da língua. Em outras palavras: as coisas não significam *per se*, nós é que construímos sentidos usando sistemas representacionais (conceitos e signos). “São os atores sociais que usam os sistemas conceituais de sua cultura e os sistemas linguísticos e os demais sistemas representacionais para construir sentido, para fazer do mundo algo significativo, e para comunicar-se com os outros, com sentido, sobre esse mundo”, defende Hall (1997, p. 10). Em suma, a representação é a produção de sentido através da linguagem e, mais particularmente, do discurso (FOUCAULT, 1980).

O discurso é responsável por construir o tópico. Ele define e produz os objetos do nosso conhecimento, governa o modo como podemos falar e raciocinar acerca desse tópico. Também exerce influência na maneira como as ideias são postas em prática e utilizadas para regular a conduta dos outros. Então, se por um lado o discurso ‘rege’ certas formas de falar sobre um determinado tópico – estabelecendo um estilo de fala aceitável e inteligível –, por outro lado, ele também ‘exclui’, limita e restringe outras formas.

Além disso, Foucault (2005) apresenta uma *visão constitutiva do discurso*, defendendo uma noção de discurso como ativamente construindo uma sociedade em várias dimensões: o discurso constitui objetos de conhecimento, os sujeitos e as formas sociais do ‘eu’, bem como as estruturas conceituais e as relações sociais. E mais: ao considerar que o discurso produz objetos de conhecimento, o pesquisador francês

sustenta que nada que seja significativo existe fora do discurso. Foucault (2005) não nega que as coisas possam ter uma existência real, material, no mundo – o que ele afirma, de fato, é que nada tem sentido fora do discurso. De acordo com Hall (1997, p. 28), a concepção foucaultiana de que “existem as coisas e as ações físicas, mas que só adquirem sentido e se convertem em objeto de conhecimento dentro do discurso, está no coração da teoria *construtivista* do sentido e da representação”.

A *teoria das representações sociais* também se mostra essencial para aprofundarmos a presente discussão. Conforme Moscovici (2003), as representações sociais consistem em um sistema ou sistemas de interpretação da realidade, organizando as relações do sujeito com o mundo e norteando seus comportamentos e atitudes na sociedade. Elas também possibilitam interiorizar as experiências, os padrões de conduta e as práticas sociais enquanto constroem e apreendem objetos socializados. Assim, a importância sociológica das representações sociais reside no fato de que elas alicerçam as ações e condutas dos atores, uns em relação aos outros, ao contexto social e àquilo que lhes acontece.

Mais especificamente, o psicólogo romeno propõe a seguinte conceituação acerca do fenômeno: “Em poucas palavras, a representação social é uma modalidade de conhecimento particular que tem por função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre indivíduos” (MOSCOVICI, 1978, p. 26). Em seu construto teórico, o estudioso se fundamenta em dois princípios: em primeiro lugar, ele compreende que não há uma ruptura entre o mundo exterior e o do indivíduo, que o sujeito e o objeto não são absolutamente heterogêneos e que o objeto está inscrito num contexto dinâmico; e, em segundo lugar, ele percebe a representação social como uma “preparação para a ação” (MOSCOVICI, 1978, p. 49).

Como pondera Farr (1995), a *teoria das representações sociais* foca a sua atenção na dinâmica das interações sociais, não concebendo o sujeito em separado do objeto. Antes, o objeto se insere num contexto social concebido pelo sujeito como um prolongamento do seu comportamento. Dessa maneira, a representação opera tanto como sistema sociocognitivo, quanto como sistema contextualizado, exercendo especialmente as funções de saber, de identidade, de orientação e de justificação das condutas (ABRIC, 1994).

Para Moscovici (1978), um dos principais papéis da *teoria das representações sociais* é justamente elucidar como se constroem as representações ou, mais

especificamente, como ocorre a incorporação do novo, do não familiar, aos universos consensuais. O autor atesta a existência de dois processos formadores basilares: a objetivação e a ancoragem. O *processo de objetivação* “faz com que se torne real um esquema conceptual, com que se dê a uma imagem uma contrapartida material” (MOSCOVICI, 1978, p. 110). Assim, a objetivação tem por finalidade concretizar um determinado conceito ou *frame*. Já o *processo de ancoragem* visa à inserção cognitiva do objeto representado em um repertório de crenças já constituído.

Outra importante contribuição apresentada pela proposta teórica de Moscovici (2003) diz respeito à importância da discussão sobre o *sensu comum* como base para a compreensão das representações sociais na contemporaneidade. Embora tenha explicitado em sua obra a influência do pensamento durkheimniano sobre as *representações coletivas* – conjunto de crenças e conhecimentos (religião, ideologias, etc.), que independe do indivíduo – Moscovici (2003, p. 49) atualiza essa noção, introduzindo o conceito de *representações sociais* e as definindo como “fenômenos específicos que estão relacionados com um modo particular de compreender e se comunicar – um modo que cria tanto a realidade como o sensu comum”.

Trazendo-se o debate para o domínio midiático, Morigi (2004) salienta a relevância do estudo sobre o processo de *midiatização*, compreendido pelo estudioso como um fenômeno constituído e constitutivo de um conjunto de interações sociais e discursivas. Para o autor, a midiatização representa a instância das relações sociais, uma vez que modifica a ordem da vida cotidiana, produzindo novos valores e novos modos de interação, que constituem as práticas sociais, culturais e as formas de exercício de poder e que “passam a integrar o perfil da opinião pública em forma de discurso da atualidade” (MORIGI, 2004, p. 6).

Diante dessas reflexões, podemos então nos indagar: de que forma a opinião pública é, pois, influenciada, moldada, regulada ou mesmo controlada a partir das representações sociais e da realidade social construída pela mídia? É possível identificar e compreender o processo de manipulação midiática dessa opinião pública? É o que iremos tratar a seguir.

### **A manipulação discursiva da opinião pública**

Começemos pela discussão do que estamos compreendendo aqui como *manipulação*. Se, tal como vimos, a realidade e as representações são intrinsecamente



construtos sociais, produzidos por sujeitos e grupos sociais, histórica e culturalmente situados, então tudo à nossa volta não seria fruto de alguma forma de manipulação? Não. Partindo da postura crítica ora adotada, assumimos que existe manipulação quando os discursos são concebidos e fabricados com o propósito de enganar, confundir e falsear, induzindo ao erro e se fazendo crer naquilo que não é. A manipulação discursiva ocorre em benefício das elites e grupos de poder, e em detrimento do público em geral.

Essa também é a posição de Breton (1999) ao interpretar o discurso manipulatório de maneira tríplice: como mentira organizada, como privação de liberdade das pessoas e como instrumento para vencer sua resistência. Nas palavras do sociólogo francês:

Por “manipulatória” entenderemos aqui, de maneira mais geral, uma ação violenta e restritiva que priva de liberdade aqueles a ela submetidos. Nesse sentido, essa ação é aviltante e desqualificadora para quem põe em prática esses recursos, seja qual for a causa defendida. [...] A manipulação apoia-se numa estratégia central, talvez única: a redução mais completa possível da liberdade de o público discutir ou de resistir ao que lhe é proposto. Essa estratégia deve ser invisível, já que seu desvelamento indicaria a existência de uma tentativa de manipulação. Não se trata tanto do fato de haver uma estratégia, um cálculo, que especifica a manipulação, quanto de sua dissimulação aos olhos do público. Por conseguinte, os métodos de manipulação avançam mascarados (BRETON, 1999, p. 19-20).

Como se vê, a investigação sobre a manipulação discursiva na formação da opinião pública – e como a instância política vem participando desse processo – é uma questão não só relevante, mas premente na contemporaneidade. Uma das principais contribuições teóricas a esse debate é a proposta de Bourdieu (2002) acerca do *poder simbólico*. Partindo-se da ideia de que o campo da política é um campo de lutas, então é sobretudo no domínio do simbólico que tal luta se expressa, na disputa por parte dos mais variados grupos sociais, com o fim de instituir um conceito de mundo social em conformidade com seus propósitos. É, de fato, uma luta para obter a anuência de uma certa representação da realidade e da sociedade, e por ocupar um lugar de fala de prestígio. Nessa abordagem, atribui-se bastante destaque ao papel da mídia como uma (nova) esfera de poder.

Ao discorrer sobre o tema, Sampedro Blanco (1999) distingue três vertentes teóricas que buscam analisar as principais implicações dos meios de comunicação de massa na opinião pública: as *elitistas* (consideram que a mídia exerce um controle praticamente absoluto sobre o público passivo), as *pluralistas* (advogam que há consumidores livres e emancipados, que demandam diversificação de conteúdos dos meios, e estão aptos a compreender tais conteúdos com autonomia) e as *elitistas*

*institucionais* (asseveram a opinião pública está condicionada, mas não subjugada, por estruturas sociais e aparelhos institucionais). Por seu turno, a clássica posição adotada por Lippmann (2008 [1922]) é que as pessoas só poderiam conhecer a realidade social por intermédio dos meios de comunicação de massa, em virtude de sua condição atomizada na sociedade. As mídias repercutiriam de forma poderosa sobre a opinião pública, devido à ausência de uma intermediação entre as elites midiáticas e a massa:

Opinião pública neste sentido é uma ilusão, pois fica claro que se torna impossível às pessoas chegarem a um sentido comum das ocorrências e dos fatos e a um propósito unificado. Por isso mesmo, é preferível falar menos em democracia como um regime do povo e mais como um regime para o povo. Predomina neste regime a ilusão simbólica dos atores pelo controle do imaginário social. Por isso mesmo, neste entendimento, a opinião pública não emerge das pessoas naturalmente. É um processo de animação social através do qual estes personagens interessados no controle social se envolvem (LIPPMANN, 2008, p. 13).

Em sua crítica sobre a formação da opinião pública, Lippmann (2008) avalia com bastante desconfiança o papel habitualmente atribuído à imprensa de estimular e clarear o debate público. Segundo o jornalista norte-americano, a própria imprensa seria a responsável por idealizar a “força mística denominada opinião pública” (LIPPMANN, 2008, p. 307). Em sua visão, os sujeitos possuem uma capacidade limitada de compreensão da realidade, acatando uma representação de mundo essencialmente precária produzida pela mídia. Isso faria com que a opinião pública se mostrasse flagrantemente falha e incapacitada para governar. É com base nesse argumento que Lippmann (2008) sustenta ser indispensável reexaminar a noção de ‘ideal democrático’, pleiteando a redução da participação pública no sistema e delegando as tomadas de decisão e as funções administrativas apenas a especialistas.

Em contraponto a essa abordagem “antidemocrática” (SCHUDSON, 2008) e lançando um olhar mais ‘positivo’ sobre a questão, Dewey (2004 [1927]) confere significativa relevância às instâncias comunicativas. Consoante o filósofo e pedagogo estadunidense, o cidadão não é um espectador passivo. Pelo contrário, ele se revela um participante ativo nas práticas midiáticas. Dewey (2004) explica esse processo da seguinte forma: inicialmente, um grupo de pessoas é afetado por um acontecimento fatídico ou infortúnio; em seguida, a partir dessa experiência e da interação daí originada entre os cidadãos afetados, é que se constitui o *público*.

Ou seja, desde a sua idealização conceitual, o público é entendido como agentes, que, mesmo sem existência prévia, assumem uma relação particular, com base em uma disposição temporária de papéis. Afetado por algum evento calamitoso, o público reage,

posicionando-se diante daquilo que o está afetando, produzindo e partilhando sentidos socialmente, tomando atitudes e realizando escolhas. Dewey (2004) demonstra, assim, sua confiança na capacidade reflexiva dos sujeitos e no poder de agência do público – o que vai ficar ainda mais evidente em seus trabalhos voltados para a educação como processo democrático (DEWEY, 1959).

Recentemente, contudo, prolifera o entendimento de que, cada vez mais, o público não vem se mostrando capaz de tomar parte da esfera pública, distanciando-se assim das decisões políticas. Habermas (1981) reconhece esse afastamento, atestando que, nem mesmo nos transitórios períodos eleitorais, a esfera pública se organiza de forma argumentativa, e sim predominantemente demonstrativa e manipuladora. Dessa maneira, para o sociólogo alemão, apenas é possível definir a opinião pública a partir da noção de manipulação, “na qual os detentores de poder político tentam harmonizar as disposições da população à doutrina e estrutura política e aos resultados do processo de decisão corrente” (HABERMAS, 1971, p. 192).

Na verdade, o argumento habermasiano acerca do impedimento de uma opinião pública racional está fundamentado na diferenciação feita pelo autor entre *público* e *massa*. Conforme Habermas (1971), na sociedade contemporânea, a opinião pública não advém de um público letrado, apto a discorrer sobre assuntos variados; ao invés disso, origina-se de uma massa que demonstra uma enorme propensão a se permitir ser controlada politicamente.

Nesse sentido, o *público* é compreendido pelo estudioso como sendo o local em que a comunicação é capaz de articular opiniões coletivamente, ainda que venham de encontro aos grupos de poder. Por outro lado, a *massa* é identificada como sendo detentora de uma parcela inferior de pessoas com condições de expor as suas opiniões, uma vez que não gozam de autonomia das instituições. Aqui as comunicações são organizadas de modo a dificultar ou mesmo impossibilitar que o sujeito tenha uma participação efetiva ou com efeitos práticos nas decisões coletivas, tendo em vista que as elites controlam todo processo de transformação da opinião em ação. Vê-se, pois, que Habermas (1971) compreende a opinião pública das atuais sociedades mais como uma ‘opinião de massas’ do que propriamente como a do público.

Já a crítica lançada por Pierre Bourdieu (1983) acerca desse tema, em seu controverso trabalho intitulado *A opinião pública não existe*, refere-se à inviabilidade de se apreender a opinião pública através de pesquisas quantitativas e qualitativas de

opinião. Em linhas gerais, o sociólogo francês contesta três premissas basilares dos dispositivos de pesquisa: *a)* toda pesquisa presume que a totalidade do público possui uma opinião sobre o assunto investigado; *b)* todas as opiniões possuem igual valor; e *c)* uma vez que a mesma pergunta é feita a todos, subentende-se que existe um consenso acerca dos problemas e quais questionamentos devem ser inquiridos.

Bourdieu (1983) afirma ainda que a opinião pública assume o papel de mascarar a constatação de que qualquer opinião é fruto de um embate de forças e tensões, jamais podendo ser tomado como adequado para representar o real estado da opinião. Também para Bourdieu (1983, p. 175), “todo exercício da força é acompanhado de um discurso visando legitimar a força de quem o exerce [...] tal é o efeito fundamental das pesquisas de opinião: construir a ideia de que existe uma opinião pública unânime”.

Finalmente, retomando as indagações propostas no desfecho do item anterior, cabe discutirmos, enfim, como a opinião pública pode ser manipulada ou mesmo controlada a partir das representações sociais e da realidade social construída pela mídia. Lançando mão do aparato teórico-metodológico dos estudos discursivos de linha francesa, Patrick Charaudeau (2016) oferece uma meticulosa e interessante análise desse fenômeno, cujos pontos principais passaremos a examinar adiante.

Charaudeau (2006, p. 68-69) inicia sua investigação sobre o discurso manipulatório indicando suas quatro características fundamentais. Primeiramente, o manipulador não revela seus propósitos reais, camuflando-os sob a forma de um discurso contrário ou assumindo a aparência de estar agindo em benefício do manipulado. Em segundo lugar, com o objetivo de impressionar o manipulado, o manipulador lança mão de uma posição de legitimidade, que é dada pelo contexto. Isto é, ele ocupa um lugar de prestígio e é socialmente reconhecido como uma autoridade legitimada institucionalmente naquela situação. Em terceiro, o manipulador constrói para si uma imagem capaz de paralisar a opinião do manipulado, quer por meio da ameaça, quer através da sedução. Finalmente, em quarto lugar, o manipulador dramatiza o seu discurso de modo a inquietar o manipulado, podendo chegar a aterrorizá-lo.

O discurso manipulatório busca provocar uma incitação para que o público mude sua opinião sobre determinado tópico, aderindo ao posicionamento do manipulador. Com esse intuito, esse tipo de discurso amiúde recorre a argumentos de natureza moral ou emocional (medo, compaixão, etc.), sendo frequentemente associado a uma sanção em potencial. Essa sanção pode ser positiva, como é o caso das promessas de obtenção

de benefícios futuros ou de um amanhã melhor (como ocorre, por exemplo, com o atual projeto do governo federal sobre a reforma da Previdência Social). Ou pode ser negativa, recorrendo-se à iminência de uma tragédia e impedindo uma reflexão mais ponderada do manipulado (como se deu com as ameaças de hiperinflação, quebra da economia e aumento de desemprego, que contribuíram para conquistar a adesão pública em prol do *impeachment* sofrido pela presidenta Dilma Rousseff em 2016).

No que diz respeito às representações sociais, Charaudeau (2006) argumenta que um dos recursos mais utilizados pelo discurso manipulatório para a criação de um senso comum é manipulação pela sedução. O manipulador fabrica uma autoimagem (*ethos*) de *credibilidade* (quando se apoia no *frame* da racionalidade) ou de *carisma* (quando busca um enquadre mais afetivo), visando conquistar a opinião pública ao se mostrar um ‘líder nato’ (Donald Trump), um ‘político sério’ (Jair Bolsonaro), um ‘gestor competente’ (João Doria) e assim em diante. São retomadas simbologias sociais clássicas, como a esperança de prosperidade, a expectativa de sucesso, a sensação de vitória, etc., sempre sustentadas pela figura do manipulador.

Em termos de construção social da realidade, Charaudeau (2006, p. 90) assevera que isso se desenrola a partir da “encenação do drama político” em três atos. De início, o discurso manipulatório faz alarde de uma *situação de crise*, acionando o esquema tipificador de uma *desordem social* da qual os cidadãos são vítimas (‘crise política’, ‘crise econômica’, etc.). Ato contínuo, identifica-se uma *fonte do mal* (pessoa ou grupo) responsável pela desordem e que deve ser encontrada e denunciada para servir de *bode expiatório* (tal como a ex-presidenta deposta em um flagrante golpe de Estado). Por fim, surge a *solução salvadora*, encarnada na imagem de um ‘salvador da pátria’, comprometido em reparar a situação de desordem (como se deu com o vice-presidente Michel Temer, apoiado por uma horda de políticos corruptos).

Ao concluir sua obra, Charaudeau (2016) enfatiza a necessidade de refletirmos, por um lado, sobre a importância de a voz do cidadão ser ouvida através da opinião pública e, por outro, acerca de permanecermos vigilantes contra a manipulação do poder no jogo político.

### **Considerações finais**

O que discutimos até aqui consiste, com efeito, em um dos pilares do que vem sendo chamada por Souza Filho (2007) de *teoria construcionista crítica*. Conforme o

estudioso, o construcionismo crítico é um ‘pensamento radical’, tendo em vista que postula que o mundo humano-social, em toda sua diversidade e em todos os seus aspectos, é produto de *construção* humana, cultural e histórica. O construcionismo objetiva abarcar a realidade social existente como uma decorrência das práticas dos seres humanos, no curso histórico e antropológico de sua contínua exteriorização e atuação nos vários espaços em que se distribuem:

Assim, por *construcionismo crítico*, deve-se entender uma teoria da realidade social que tem como postulado fundamental a afirmação radical segundo a qual *tudo é construído*: isto é, uma compreensão de toda realidade social como resultado de *construção* (invenção, criação, produção, convenção) na duração histórica e antropológica. Nesses termos, uma teoria construcionista crítica da realidade social constitui um modo de pensar teórico-filosófico-científico próprio ao estudo das organizações sociais complexas que são as sociedades e culturas humanas e à compreensão de nossa existência nelas (SOUZA FILHO, 2007, p. 3).

Neste trabalho, foi possível observarmos importantes contribuições epistemológicas dentro dessa perspectiva, tais como a sociologia do conhecimento (BERGER & LUCKMANN, 1985) e a teoria das representações sociais (MOSCOVICI, 2003). Também investigamos o modo como esses conceitos nos auxiliam significativamente na análise das estratégias de manipulação discursiva da opinião pública. É imprescindível sempre avaliarmos criticamente de que forma os grupos de poder e os meios de comunicação de massa arquitetam mitos e estereótipos, estabelecem padrões de comportamento, instituem modas e costumes e tentam influenciar as nossas visões de mundo, crenças, valores e ideais. Em busca de maiores audiências ou de mais eleitores, as elites midiáticas e políticas – entre outras – atuam como forças hegemônicas na contemporaneidade nos dizendo o que pensar e como agir em sociedade.

Enquanto participantes de uma também importante instância de autoridade e influência social, nós – acadêmicos, pesquisadores, cientistas sociais e formadores de opinião em geral – devemos assumir o compromisso de adotarmos uma postura crítica e engajada, denunciando quaisquer discursos manipulatórios que contribuam para reprodução ou legitimação do abuso do poder e que resultem nos mais variados tipos de desigualdade social: racismo, machismo, homofobia, transfobia, xenofobia, entre outros. É nossa missão, portanto, desvelar estruturas e práticas manipulatórias discursivas que promovam o sancionamento da dominação das elites e que desvalorizem ainda mais os grupos que possuem menos acesso aos discursos de prestígio.

## Referências bibliográficas

- ABRIC, J-C. *Pratiques sociales et représentations*. Paris: Presses Universitaires de France, 1994.
- BERGER, P.L.; LUCKMANN, T. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- BOURDIEU, P. A opinião pública não existe. In: THOLLENT, M. *Crítica Metodológica, investigação social e enquete operária*. São Paulo: Polis, 1983. p. 137-151
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- BOURDIEU, P. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- BRETON, P. *A manipulação da palavra*. São Paulo: Loyola, 1999.
- CHARAUDEAU, P. *A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas*. São Paulo: Contexto, 2016.
- CORCUFF, P. *As novas sociologias: construções da realidade social*. Bauru: EDUSC, 2001.
- DEWEY, J. *Democracia e educação*. 3.ed. São Paulo: Nacional, 1959.
- DEWEY, J. *La opinión pública y sus problemas*. Madrid: Morata, 2004.
- FARR, R.M. Representações sociais: a teoria e sua história. In: GUARESCHI, P. A.; JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.). *Textos em representações sociais*. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 31-59.
- FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. 7.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.
- FOUCAULT, M. *Power/knowledge*. Brighton: Harvester, 1980.
- HABERMAS, J. Opinião pública e poder. In: COHN, Gabriel. *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1971.
- HABERMAS, J. *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: G. Gili, 1981.
- HALL, S. El trabajo de la representación. In: HALL, S. (Ed.). *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Sage Publications, 1997. p. 13-74. Trad. Elías Sevilla Casas. Disponível em: <https://goo.gl/hkD2og>. Acesso em: 08/03/2017.
- LAKOFF, G. *Don't think of an elephant!* Berkeley: Chelsea Green, 2004.
- LIPPMANN, W. *Opinião pública*. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.
- MORIGI, V.J. Teoria social e comunicação: representações sociais, produção de sentidos e construção dos imaginários midiáticos. *e-Compós*, v. 1, dez. 2004. Disponível em: <https://goo.gl/g6ssvt>. Acesso em: 08/03/2017.
- MOSCOVICI, S. *A representação social da psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978
- MOSCOVICI, S. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- SÁDABA, T. *Framing: el encuadre de las noticias – el binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujia, 2007.
- SÁDABA, T. Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (*framing*) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, v. XIV, n. 2, p. 143-175, 2001.
- SAMPEDRO BLANCO, V.F. Efectos de los medios de comunicación sobre la opinión pública: los paradigmas sobre el poder del público. *Revista Comunicación & Política*, v.6, n.1, jan./abr. 1999.
- SCHUDSON, M. The “Lippmann-Dewey Debate” and the invention of Walter Lippmann as an Anti-Democrat. *International Journal of Communication*, v. 2, p. 1.031-1.048, 2008.
- SCHUTZ, A. *El problema de la realidad social*. 2.ed. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.
- SOUZA FILHO, A. Por uma teoria construcionista crítica. *Bagoas*, v. 1, n. 1, 2007. Disponível em: <https://goo.gl/25rw3i>. Acesso em: 08/03/2017.

VAN DIJK, T.A. Discurso e cognição na sociedade. *Revista Portuguesa de Humanidades*, v. 19, n. 1, p. 19-52, 2015.