

PERSUASÃO, MANIPULAÇÃO E OPINIÃO PÚBLICA: DOS CLÁSSICOS ÀS CRÍTICAS.

Camilo Catto*

RESUMO

Este ensaio busca relacionar os conceitos de opinião pública com os conceitos de manipulação e persuasão. Para isto se baseia em autores clássicos que foram os pioneiros na utilização de determinados conceitos que são discutidos até os dias atuais. Também não busca esclarecer os conceitos, mas uma reflexão sobre a origem e sua evolução.

Biografia

Graduado em Relações Públicas (UFPR), especialista em Marketing (UFPR) e mestre em Administração (UFPR). Atualmente é doutorando em Comunicação Social (PUC/RS). Professor da Escola de Comunicação Social da UniBrasil e coordenador do Curso Superior de Tecnologia em Marketing do UNICURITIBA.

Palavras-chave: manipulação, persuasão e opinião pública.

ABSTRACT

This issue searches to relate the concepts of public opinion with the manipulation concepts and persuasion. For this it bases on classic authors who had been the pioneers in the use of determined concepts that are argued until the current days. Also it does not search to clarify the concepts, but a reflection of the origin and its evolution.

Key-words: public opinion, manipulation and persuasion

PERSUASÃO E MANIPULAÇÃO

No processo de comunicação quando um emissor envia uma mensagem ele tem a expectativa de obter por parte do receptor um determinado comportamento, previamente esperado. Autores como Habermas, Adorno e outros da Escola de Frankfurt estudaram estes fenômenos em suas épocas e analisaram como as mensagens impactavam no comportamento das pessoas, denominaram isto de “agulha hipodérmica”. Nesta teoria a mensagem “entra na veia” do receptor sem um filtro e este reage como o emissor antecipadamente já havia previsto.

Estudos mais recentes, principalmente os feitos na área da publicidade, mostram que esta teoria nem sempre se confirma e que os receptores apresentam alguma espécie de filtro. Para Roiz, “quando um emissor envia uma mensagem por um canal determinado sempre busca um efeito mais ou menos previsto, às vezes concreto outras vezes se trata de algo difuso, que pode ou não resultar (p. 9)” no resultado previamente esperado. Esta tentativa de mudança no comportamento do receptor é também chamada de manipulação. Manipular é claramente “modificar ou mudar” o comportamento em um determinado sentido, seguindo orientações pré-fixadas e com objetivos de controle de comportamentos (Roiz, 1996).

A manipulação pode ocorrer de formas diferentes, por meio da repetição de comportamentos anteriormente estabelecidos e adotados como padrão para um determinado grupo ou pela palavra e imagem.

A manipulação pela palavra e imagem implica na busca deliberada de efeitos de minorias sobre maiorias, acerca da defesa de posições políticas e econômicas e revalorização de grupos de pressão e instituições.... Essa manipulação influi quase de maneira determinante na criação de hábitos de aquisição e consumo, que são também muito mais relevantes do que podiam parecer anteriormente a respeito de seus efeitos culturais de massa: normalização de consumo cultural, perda de prestígio cultural por parte de classes sociais médias e altas e homogeneidade de aspirações (Roiz, 1996, p. 10).

Uma outra forma de manipulação, a mais extrema delas, é a ideologia. Neste caso a manipulação é uma forma de interpretar a visão de mundo e de realidade e quase sempre deteriora visões anteriormente estabelecidas por um grupo.

Desta forma, quando a comunicação molda ou altera comportamentos estabelecidos de determinados grupos sociais a manipulação procedente da comunicação persuasiva atingiu seus objetivos, embora nem sempre isto ocorra, porque outros fatores, como a educação, a personalidade, a aprendizagem e a

experiência, estão relacionados com o comportamento dos indivíduos pertencentes a determinado grupo.

Além do comportamento a persuasão, como na política, pode interferir na opinião e na atitude das pessoas. A atitude pode ser definida como “um estado mental e neural de preparação, organizado graças à experiência, exercendo influência reguladora ou dinâmica na reação individual a todos os objetos e situações com o qual se acha relacionado” (Brown) ou, ainda, como “uma tendência para ou contra certo fator ambiente que se torna, com isso, um fator negativo ou positivo” (Brown). Diferente da opinião a atitude é facilmente observável e pode ser facilmente identificada. A opinião, principalmente a opinião pública apresenta suas particularidades e merece ser conceituada e relacionada com a persuasão e manipulação de uma forma mais consistente.

PERSUASÃO E OPINIÃO PÚBLICA

A comunicação persuasiva pode atingir determinados grupos, mas também a opinião pública. O conceito de opinião pública ainda é bastante discutido e uma perspectiva histórica se faz necessária para a tentativa da definição do conceito.

O termo opinião pública foi utilizado pela primeira vez por Rousseau, em 1750, porém desde Platão e Aristóteles a opinião (e neste caso sem o adjetivo pública acompanhando) foi sendo trabalhada como um dos conceitos, ora para diferenciar de conhecimento, conforme Platão, ora para uma dimensão mais política, conforme Aristóteles.

Aristóteles contextualizava toda uma forma de organização social para finalmente chegar ao termo opinião. Vale ressaltar que a opinião não era o foco central de seus estudos, e sim a política. O filósofo trabalhava com a diferença entre governantes e governados e afirmava que do governante se espera discernimento e dos governados sinceridade de opinião. O pensador afirmava que toda ciência e toda arte buscava um bem, mas a ciência mais poderosa era a política, que segundo ele, significava o bem da *polis*.

Aristóteles, obviamente, ainda não podia descrever os fenômenos de comunicação de massa e manipulação, mas, se bem contextualizada, a atualidade de seus estudos são relevantes e deve ser considerada como base para estudos futuros. Estudos mais atuais de opinião pública, como os feitos pelos autores da Escola de Frankfurt e nos Estados Unidos os chamados estudos de *mass communication*, são exemplos de textos que frequentemente abordam a manipulação da opinião pública pelos meios de comunicação.

No século XVII Thomas Hobbes, exilado na França e protegido pela igreja católica, escreve “The Cive”, obra que defende o absolutismo. Nesta obra, a opinião era abordada como algo perigoso. Numa concepção aristotélica a opinião era vista como negativa e perigosa para a sobrevivência do Estado. Desestabilizadora. A opinião era manipulada pelos demagogos, por aqueles que detinham o poder da retórica.

Se por um lado a opinião para Hobbes é aristotélica, por outro lado ela também é platônica. Para ele a opinião também é negativa por ser baseada na crença, sobre dados sensíveis e perceptivos e não a verdade. A verdade é baseada numa convicção racional. A opinião representa um perigo à paz por ser subversiva, podendo provocar a dissolução da cidade, pois gera divisões. E em defesa do absolutismo, a verdade está no rei, no soberano. O preço da paz passa pelo pacto para se viver num Estado absolutista em que o veredicto do rei é incontestado. Hobbes declarou que

“se as pessoas, hoje em dia, em força de costume de tudo ouvir, aceitam certas opiniões, até falsas, ou que não são mais inteligíveis do que se fossem vocábulos que alguém extraísse de uma urna ao acaso, e assim os ajuntasse, não absorveriam elas, mais ainda, pela mesma razão de tudo ouvir, as doutrinas verdadeiras que são conformes com sua inteligência e com a natureza das coisas?”

Para Hobbes, a persuasão e a manipulação exercida pelo rei deveriam ser incontentes, pois como o rei sabia o que era melhor para seu povo ele determinava e isto deveria ser soberanamente aceito, sem contestação e sem filtro, assim como abordado na teoria da agulha hipodérmica. Esta perspectiva abordada por Hobbes se assemelha muito à teoria funcionalista da persuasão, abordada por Reardon.

No paradigma funcionalista, que representa uma instância menos intelectual que a teoria da aprendizagem, as funções que os seres humanos desempenham em determinados contextos estão divididos da seguinte maneira: a primeira é a defesa que desenvolvemos atitudes favoráveis para coisas de nosso entorno que nos dão satisfação. Isto foi denominado de função instrumental de adaptação ou utilitária das atitudes.

A segunda função, a egodefensiva, defende que nos negamos a assumir atitudes que nos obrigam a admitir uma informação desfavorável acerca de nós mesmos.

A função de valor expressivo da atitude permite que os seres humanos se mostrem competentes, sensíveis, afirmativos, discriminatórios, etc.

A quarta função está baseada no conhecimento. Os autores sustentam que as pessoas valorizam a coerência sobre a incoerência, a certeza sobre a incerteza. Esta

função também faz com que certas referências sejam criadas, como estabelecimento de padrões.

O rei, ao utilizar a oratória e a retórica para se dirigir ao povo, buscava suprir estas quatro funções e dar segurança e senso de unidade, na figura de uma pessoa mitificada, denominado por Schwartzberg como “pai-herói”.

Um outro filósofo, John Locke, formou o seu pensamento sobre opinião a partir do contexto em que vivia. Vivenciou um momento bastante conturbado dentro da organização político – econômica de seu país, marcada pela revolução gloriosa, ocorrida, entre 1688 e 1689 na Grã-Bretanha, na qual foi deposto o rei Jaime II, em favor de sua filha Maria II e seu marido Guilherme III, príncipe de Orange, graças à outorga do poder dada a este pela câmara dos comuns. Com isto, em 1689, John Locke retorna à Inglaterra. Morreu em 28 de outubro de 1704, em Harlow.

Assim como Platão, Locke fazia uma distinção entre conhecimento e opinião, mas para entender o que era conhecimento é preciso que se entenda o conceito de idéias utilizado por Locke. Para ele as idéias poderiam ser simples ou complexas e eram o conteúdo da mente, aquilo que a mente se “ocupa”. A junção de várias idéias simples formam uma idéia complexa que num processo construtivo de raciocínio e aquisição de novas idéias simples ou complexas, por meio do acordo ou desacordo destas idéias formam o conhecimento. O conhecimento surge então da percepção da conexão e acordo ou desacordo e rejeição de quaisquer das idéias. Este conhecimento pode ser intuitivo, adquirido sem esforço da mente, imediato; demonstrativo, feito pelo raciocínio, “pesquisa”; ou sensitivo, primeira via para obtenção de conhecimento, adquirido pelos sentidos e baseado nas idéias simples.

Locke mostra toda sua vertente platônica ao afirmar que “intuição e demonstração são os graus de nosso conhecimento; o que não corresponder a um desses é apenas fé ou opinião” (p. 280). Para ele a opinião não pode ser considerada como ciência, pois não passa pelo acordo ou desacordo de idéias, por um processo de raciocínio, mas por um julgamento e, neste caso, julgamento e opinião são conveniências, mas não ciências.

Desta forma Locke diferenciava o conhecimento da opinião. O conhecimento é baseado no acordo ou desacordo de duas idéias, é uma verdade visível e evidente e é uma certeza; por outro lado a opinião se baseia numa recusa ou assentimento, no julgamento (quando duas idéias não podem ter seu acordo ou desacordo percebido, mas presumido), na fé e na crença. É uma probabilidade que pode levar ao erro.

A abordagem construcionista feita por Locke se assemelha à teoria da

aprendizagem, abordada por Reardon. Na teoria da aprendizagem, defendida por Reardon, existem duas perspectivas: condicionamento clássico e condicionamento operativo. No condicionamento clássico a relação estímulo-resposta é o foco central. O processo de persuasão implica em exercer influência para que uma pessoa responda a um objeto ou palavra do mesmo modo, positivo ou negativo, a que responde a outro objeto ou palavra. Porém, o condicionamento clássico é considerado uma explicação bastante simplista para todos os tipos de aprendizagem e, além disso, os seres humanos podem mudar suas próprias associações mediante níveis mais altos de reflexão. Numa relação direta com as teorias defendidas por Locke, esta reflexão se equivale ao acordo ou desacordo das idéias previamente estabelecidas na mente do indivíduo.

No condicionamento operativo as respostas se tornam mais fortes e mais resistentes a mudanças quanto mais associadas estas estiverem com gratificações. Além disso, as opiniões acerca de um objeto são adotadas como fundamento para a atitude das pessoas em relação às suas perspectivas e eleição de alternativas num dado momento. No condicionamento operativo a eleição de alternativas também está diretamente relacionada ao que Locke denominou de acordo ou desacordo entre as idéias. Neste sentido, uma nova informação gera uma tensão que faz com que as pessoas busquem acordo ou desacordo entre as idéias. Se isto ocorrer gerará um novo conhecimento, se houver uma mudança de atitude sem este exercício de “acordo e desacordo” gerará opinião, que poderá da mesma forma afetar um comportamento, neste caso com maiores chances de erro e a chance de ocorrer o que os autores da Escola de Frankfurt denominaram de agulha hipodérmica será maior.

Rousseau não utilizava os termos opinião, persuasão ou manipulação, mas sim “vontade”. Para o autor a vontade geral é mais importante que a vontade particular. O pacto social (atitudes comuns que viabilizavam a convivência dos indivíduos sob uma determinada organização e ordem), assim como proposto por Hobbes, para Rousseau é o que dará unidade à sociedade e formará a vontade geral. A vontade geral é formada pela soma das vontades particulares, mas entendendo que esta vontade geral busca o interesse coletivo. Para se atingir esta vontade geral é necessário que o povo esteja suficientemente bem informado. E é esta informação que irá gerar a opinião pública. Diferente dos autores apresentados acima, a opinião, neste caso, pública, não é algo puramente negativo, mas um processo que passa a ser formado pela troca de informações na sociedade.

Esta troca de informação gera um constante processo de cognição na mente dos indivíduos e está diretamente relacionada ao que Reardon denominou de teoria

da coerência cognitiva.

A base da teoria da coerência cognitiva é a perspectiva de que a nova informação rompe a organização cognitiva que o indivíduo havia desenvolvido. Esta teoria explica que o indivíduo ao receber uma nova informação, passa por um momento de tensão e após assimilar esta nova informação com a estrutura cognitiva existente e passar por este momento de tensão, busca uma nova coerência e atinge uma nova estabilidade.

Num processo cíclico esta nova estabilidade gerará uma nova opinião pública, se for adotado um nível de análise social, de um grupo ou uma comunidade. Diante desta perspectiva a persuasão e a manipulação para ocorrerem deverão fazer com que o agente provocador da persuasão sempre traga informações novas, para desestabilizar o grupo e provocar um estado de tensão direcionando o público para uma nova estabilidade que seja satisfatória ao emissor da mensagem.

Ainda numa perspectiva de grupo, Blumer enfoca que a opinião pública deveria ser encarada como um produto coletivo. Como tal não constitui uma opinião unânime com a qual cada membro do público está de acordo, não sendo também forçadamente a opinião da maioria.

A qualidade da opinião pública irá depender da discussão do público e para algo ser discutido precisa ser disseminado entre os indivíduos, logo, para haver discussão pública é preciso que a informação seja transmitida em canais de comunicação que a tornem pública para que todos os interessados tenham acesso a ela.

Numa democracia (neste caso diferente da visão aristotélica de democracia, que afirma que a democracia é aquele sistema de governo feito por demagogos) a base do governo é a opinião pública, ela é o que legitima o Estado. Neste contexto, segundo Blumer, existem dois conceitos de opinião pública: o primeiro é que existe a comunicação entre pessoas bem informadas, inteligentes e formadoras de opinião. Assim, antes de um assunto ser jogado para a massa, um grupo intelectualmente capacitado discute e raciocina sobre o assunto, forma e assume uma opinião, que, posteriormente difundida, torna-se uma opinião pública. Este grupo é o agente persuasor, manipulador. O segundo, conforme defendido por Rousseau, coloca o parlamento e o governo como representantes das vontades e opiniões públicas do povo.

Hegel possui uma visão mais crítica a respeito da opinião pública. Para ele a opinião pública é submissa a uma instância superior, ao que Rousseau denomina de vontade particular, que toma decisões de acordo com seus interesses privados, ela é totalmente suscetível à manipulação e controle. Também adota uma perspectiva

muito parecida com a de Locke, quando afirma que “na opinião pública a verdade se mistura ao erro”.

Na mesma perspectiva de Hegel, Habermas, além de conceituar opinião pública, contextualiza sua formação e manipulação pelos meios de comunicação. Conforme o autor o termo opinião pública é destinatário comum de dois tipos de publicidade presentes na esfera pública, a publicidade normativamente imposta pela execução do poder público e social e a publicidade manipulativamente difundida de pessoas e instituições, bens de consumo ou programas. A definição do conceito passa por dois caminhos básicos: o primeiro conduz a uma comunicação entre um círculo interno de representantes capacitados e formadores de opinião, constituído de racionalidade àquele apenas aclamador; e o segundo conduz a uma concepção desprovida de quaisquer critérios materiais como racionalidade e representatividade, limitando-se apenas aos institucionais.

Bourdieu vai um pouco mais além e afirma que a opinião pública não existe. Segundo ele a questão do uso da opinião pública é um instrumento de ação política para legitimar uma política e reforçar as relações de força que a fundamentam ou a tornam possível. Talvez o que melhor expresse a visão de Bourdieu seja o trecho da música de Raul Seixas em que ele afirma que “nem todos devem ter aquela mesma opinião formada sobre tudo”.

Desta forma percebe-se que as discussões em torno do termo opinião pública e de sua relação com os estudos da persuasão e manipulação ainda precisam ser mais aprofundados e que a busca de um consenso está longe de acontecer, se é que isto será possível.

REFERÊNCIAS

- ARISTÓTELES. Política, Brasília, UNB, 1997.
- BLUMER. A Massa o Público e a Opinião Pública in COHN, Gabriel. Comunicação e Indústria cultural, TAQ, 1987.
- BOURDIEU, Pierre. Questões de Sociologia, Rio de Janeiro, Marco Zero, 1983.
- BROWN, J. A. C. Técnicas de persuasão: da propaganda à lavagem cerebral. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1965.
- HOBBS, Thomas. De Cive, Petrópolis, vozes, 1993.
- LOCKE, John. Segundo Tratado sobre o Governo e Ensaio acerca do entendimento humano in coleção Pensadores, São Paulo, Abril cultural, 1973, vol. XVIII.
- PLATÃO. A República, Porto Alegre, Globo, 1960.
- REARDON, Kathleen. La Persuasión em la Comunicación: teoría e contexto.
- ROIZ, Miguel. Técnicas Modernas de Persuasión. Madrid, Ediciones Pirâmide S. A., 1986.
- ROUSSEAU, Jean Jacques. Do contrato social, Discurso sobre o origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens in coleção Os Pensadores, São Paulo, Abril cultural, 1973, vol. XXIV.