

**Universidade Federal do Rio de Janeiro
Rejane de Mattos Moreira**

**Opinião como palavra de ordem:
modulações contemporâneas da comunicação**

Rio de Janeiro

2006

Opinião como palavra de ordem:
modulações contemporâneas da comunicação

Por Rejane de Mattos Moreira

Tese de doutorado apresentada à Comissão de Coordenação do Curso de Pós-graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como exigência parcial para obtenção do grau de Doutor em Comunicação e Cultura. Área de concentração Mídias e Mediações.

Orientação da Prof. Dra. Janice Caiafa –

Ph.D em Antropologia – Cornell University, EUA

Prof. Adjunto, ECO/UFRJ.

Rio de Janeiro, fevereiro de 2006.

Opinião como palavra de ordem:
modulações contemporâneas da comunicação

Rejane de Mattos Moreira

Tese de doutorado submetida ao corpo docente da
Coordenação do Curso de Pós-graduação da Escola
de Comunicação da Universidade Federal do Rio de
Janeiro, como parte dos requisitos básicos para
obtenção do grau de Doutor em Comunicação e
Cultura.

BANCA EXAMINADORA

Aprovada em fevereiro de 2006.

Prof. Dra. Janice Caiafa – Orientadora
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dr. André d'Eirado
Universidade Federal Fluminense

Prof. Dra. Marialva Barbosa
Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Márcio Tavares d'Amaral
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Paulo Vaz
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Suplentes

Prof. Dra. Virgínia Kastrup
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dra. Fernanda Bruno
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Ficha Catalográfica

Moreira, Rejane de Mattos

Opinião como palavra de ordem: modulações contemporâneas da comunicação. Rio de Janeiro, UFRJ, Escola de Comunicação, 2006.

Folhas. 198

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Área de concentração: Mídias e Mediações

Orientador: Janice Caiafa

1- Opinião. 2 – Comunicação. 3 - Subjetividade

Resumo da Tese apresentada à ECO/UFRJ como parte dos requisitos necessários para obtenção do grau de Doutor em Comunicação e Cultura.

Opinião como palavra de ordem: modulações contemporâneas da comunicação

Rejane de Mattos Moreira

Fevereiro/2006

Orientadora: Janice Caiafa

Propomos aqui entender o funcionamento da opinião na sociedade contemporânea. Inicialmente, nossa tarefa consiste em desenvolver como a *opinião* e o *público* tornaram-se vetores importantes para pensar as *subjetividades*. Nossa pesquisa delinea como a subjetividade, entendida a partir de autores como Guattari e Deleuze, esquia-se da noção de sujeito dado *a priori*. Neste sentido, procura-se desatrelar o conceito de opinião de uma leitura clássica que a liga a um “livre arbítrio”. Pretendemos refletir como essa concepção parte de um paradigma moderno, em que a opinião era tomada como valor de um indivíduo. Contemporaneamente, a opinião não diz respeito a um indivíduo e sim a um conjunto de dizeres produzidos num ambiente midiático.

A partir de Gabriel Tarde e Gilles Deleuze, sugerimos uma leitura sobre a opinião como *propagação* e como *palavra de ordem*. Como afirma Deleuze, no regime primário das *palavras de ordem* é impossível participar do corpo social sem atualizar determinados dizeres que se repetem continuamente. Segundo o autor, dizemos e nos relacionamos através de palavras e dizeres que se constituem a partir de outros tantos dizeres. Tarde indica o aspecto reverberador da opinião, que funciona propagando-se pelas invenções-imitações. Daí a natureza da opinião, uma instância processual, em constante mutação e acoplada sobretudo a determinadas lógicas de poder.

Abstract

The main purpose of this thesis is to understand the functioning of opinion in contemporary society. Our task consists at first in developing how opinion and the public became important issues to consider subjectivities. The research undertaken here outlines how subjectivity, according to authors such as Guattari and Deleuze escapes the notion of an *a priori* given subject. In this sense, we try to unbind the concept of opinion from the traditional understanding that connects it to the notion of a “free will”. We intend to reflect how that conception sets from a modern paradigm in which opinion is taken as a value of an individual. In contemporaneity, opinion does not concern the individual but the set of sayings produced in a media environment.

Setting from Gabriel Tarde and Gilles Deleuze, we suggest a reading of opinion as *propagation* as well as *word of command*. According to Deleuze, in the primary regime of *words of command* it is impossible to take part in the social body without bringing up to date certain sayings that repeat continually. For Deleuze, we both say and relate through words and sayings that are established by many other sayings. Tarde indicates the reverberating aspect of opinion that functions when propagated by inventions-imitations. Hence, the nature of opinion, a processual instance in constant mutation and mainly connected to certain logics of power.

Agradecimentos

À Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro por ter proporcionado encontros fundamentais, trocas, deslocamentos, experiências.

À Capes pela bolsa de estudos tão necessária para a conclusão da pesquisa.

À orientadora Janice Caiafa que acolheu o trabalho com atenção e cuidado. Agradeço.

Aos professores Marialva Barbosa e Michael Herschmann, que participaram da qualificação do trabalho e contribuíram pontualmente para o seu desenvolvimento.

Ao companheiro Johnny, por sua alegre presença, por seus gestos cotidianos, por sua vitalidade e generosidade. Principalmente por nossas invenções cotidianas e intensa comunidade de afetos.

Aos pais que tenho, pela confiança e pela ternura. Pelo amor que nos possibilitou construir uma história.

À memória de minha querida amiga Eliana que sempre me ensinou a escolher o caminho mais bonito, mesmo na adversidade.

Aos amigos que me inspiram, me ensinam e acima de tudo compartilham: Carla Miguelote, Mônica Dias, João Resende, José Ferrão, Sávio Laterce e André d' Eirado.

A Gláucia Mattos, Olten Jorge e Kleber Mendonça pela ajuda com a pesquisa de jornal.

A Amanda Ferraz, Lúcia Ramos e Elaine Lima por terem proporcionado harmonia e tranquilidade em momentos decisivos do trabalho. Com carinho.

**Para Morena e João,
que me chamam para o cotidiano miúdo,
onde a simplicidade e o encanto imperam.**

*Ah! A opinião pública!
Segundo as mais recentes pesquisas,
25% querem,
25% não querem,
25% não sabem
e 25% não querem saber.
É certo que 33,33% têm medo,
que 33,33% não têm medo
e que 33,33% emudeceram.
Apurou-se também que
36,4% acreditam em parte, enquanto 33,7% não acreditam em nada,
29,4% querem crer, não importa no que,
23,2% são absolutamente céticos,
28,6% são absolutamente crédulos e 39,5% são respostas múltiplas
desesperadas.
Sabe-se hoje que 38% já foram antes,
32% nunca foram
19% não lembram como eram,
24% ainda não esqueceram,
47% não faziam a menor idéia e 76% ficaram perplexos.
Podemos concluir que
X% estão certos
Y% estão fartos e
N% estão mortos.*

Ismael Guimarães Ferreira

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
SAÍDAS E ENTRADAS PARA PROBLEMATIZAR O PRESENTE	12
PARTE I	19
EM BUSCA DO CONCEITO DE OPINIÃO	19
1. Grécia Antiga e algumas vias de problematização da palavra	19
1.1. “A verdade é, em primeiro lugar, palavra”	21
1.2. Da diferença entre argumentação e doxa	24
1.3. A existência social dos gregos	27
2. Os sofistas, para começar: a palavra ligada à vida	28
2.1. Desdobramentos da palavra-diálogo	30
2.2. Górgias e a palavra como um mundo	31
3. Platão: doxa como pensamento flutuante	33
3.1. Democracia e opinião: desordem e imoralidade	34
3.2. Sócrates: “Jamais fui mestre de ninguém”	35
3.3. Fronteiras entre o dizer e o falar	36
4. Aristóteles: a palavra como expressão do ser	37
4.1. A sistematização do pensamento	38
4.2. Nova acepção de retórica	39
4.3. Da diferença entre conversação e retórica	41
PARTE II	42
EXPRESSÃO, FORMAÇÃO E CIRCULAÇÃO DA OPINIÃO	42
1. Cenários de expressão	42
1.1. As ciências do homem e o homem das ciências	48
1.1.1. O homem e a opinião como invenções	51
1.1.2. Pensar por rupturas é afastar-se da representação	54
1.2. Da Opinião ao Público, uma relação de complementaridade	59
1.2.1. Público versus individual	64
2. Formação da opinião	68
2.1. Método mostruário: a opinião pública como produto manufaturado	76
2.1.1. Como funciona uma sondagem	79
2.2. Os impasses para a descrição de uma opinião	86
2.3. (Re)considerações: interesse público ou interesse do público	88
3. Circulação da opinião	92
3.1. O que está em jogo na circulação?	96
3.2. Um relato (não) significativo	97
3.2.1. Vários começos, várias opiniões	102
PARTE III	106
A OPINIÃO E AS DOBRAS DO CAMPO SOCIAL	106
1. As microengrenagens que regem o campo social	106
1.1. Imitação e invenção como forma dos atos sociais elementares	111
1.2. Questões para uma teoria da opinião	119
1.3. Estatística como cartografia das intensidades	123
1.4. Socialidade e formação do público	125
2. Micropoderes, propagações e subjetividade	129
2.1. Dois aspectos diferenciais: sujeito e subjetividades	133

2.2. <i>Questões que nos forçam a pensar a mídia</i>	137
3. Reinvenções subjetivas.....	141
3.1. <i>Sobre o controle</i>	144
3.2. <i>Sobre dobras</i>	147
3.3. <i>Sobre dobras, resistências e subjetividades</i>	149
PARTE IV	154
A MÁQUINA DE REDUNDÂNCIA	154
1. A dimensão da palavra de ordem.....	154
1.1. <i>Os agenciamentos de enunciação</i>	161
1.2. <i>Opinião como palavra de ordem</i>	164
1.2.1. <i>A paisagem do agenciamento</i>	167
2. Opinião como multiplicidade anônima	171
2.1. <i>O que faz uma opinião</i>	175
3. Repetir para ficar igual	180
3.1. <i>Tratado da repetição</i>	181
CONCLUSÃO	184
OU O IMPÉRIO DA OPINIÃO	184
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	193

INTRODUÇÃO

SAÍDAS E ENTRADAS PARA PROBLEMATIZAR O PRESENTE

*Perdemos sem cessar nossas idéias.
É por isso que queremos tanto agarrarmo-nos a opiniões prontas.
Gilles DeLeuze e Félix Guattari – O que é filosofia?, p. 259.*

Todos nós, mais ou menos sugestionados, produtores de conteúdos, leitores ou telespectadores, participamos do mundo da mídia. Fazer da mídia um objeto de estudo é problematizar o nosso tempo, tentar confeccionar uma história do presente. No entanto, a condenação do presente parece ser o caminho mais fácil para nós pesquisadores que se afligem com as intensas mudanças das teorias e práticas cotidianas. As análises de Foucault (1990) talvez sejam as mais adequadas para pensar o agora: tomá-lo como um momento qualquer, nem melhor nem pior do que outros, apenas como um presente entre outros possíveis. Esse procedimento nos previne de refletir sobre os estudos de mídia a partir de um bocejo blasé ou de um ânimo pueril.

Gitlin (2003) já havia alertado para a nossa convivência, pacífica ou não, com as mídias. Podemos viver enamorados pela mídia ou execrando-a de nosso universo, o que não podemos é negar o seu comparecimento em nosso cotidiano. Há uma espécie de agendamento midiático que faz opiniões e subjetividades circularem, serem projetadas. Mas também há uma dupla captura: da mídia com relação aos acontecimentos e dos acontecimentos com relação à mídia. Aliás, o exercício de nosso trabalho consiste em entender essas capturas, ou melhor, os momentos em que realmente percebemos a mídia (como enunciativa, como propulsora, como reduplicadora de determinadas opiniões) e as opiniões como expressões, impressões de mundo. Trata-se de destacar as vozes que se empreendem, procurar interseções entre elas.

Para isso temos que nos afastar de dicotomias que consideram a mídia apenas como enunciativa e os indivíduos como receptores. Se mencionamos uma dupla captura é porque em certas situações podemos perceber determinados traços, linhas e matizes que demarcam onde os eventos são produzidos e os acontecimentos apreendidos. Como alerta Foucault, analisar essas linhas ou discursos é buscar os enunciados que estão inseridos em regimes de verdades, próprios de uma época, que se instauram num certo tempo e espaço. Esses enunciados são densos, no entanto estão em processo, em transformação, em constante variação. Foucault também indica que os enunciados caminham com os poderes, ou melhor, são produzidos pelos poderes-saberes. Cartografá-los é sempre correr o risco de estar apontando para algo que já não é mais, que já variou.

Portanto, pensar sobre a opinião na contemporaneidade é tentar descortinar toda a organização do campo social, é pensar sobre o avanço do capitalismo contemporâneo. A velocidade com que se empreendem, transmutam-se e se reconfiguram coloca em suspeição práticas e conteúdos. Neste sentido, o campo da comunicação se destaca e abre novas perspectivas teóricas para o estudo das subjetividades. Hoje novas formas de sentir, agir, diferentes percepções e compreensão de mundo se efetuam, produzindo concepções singulares da realidade.

Um estudo sobre a opinião, procurando traçar conceitos, transformações e expressões, pode ajudar a cartografar essas subjetividades contemporâneas. Defendemos a idéia de que a opinião funciona no capitalismo atual dentro do que denominamos máquina de redundância. No processamento da opinião, em nível individual ou coletivo, há uma espécie de repetição inerente à sua formação. Deleuze (1990) afirma que há uma reprodução de dizeres no campo social. As palavras são “dizeres de dizeres” e funcionam como palavras de ordem, ou seja, sentenças que ordenam o mundo. Entendemos que a opinião funciona como palavra de ordem, produz impressões de mundo a partir de coordenadas semióticas e está irremediavelmente

conectada a determinados mecanismos análogos aos do capitalismo contemporâneo. A opinião é também produzida por forças evidentes (meios de comunicação de massa) e não tão evidentes ou imperceptíveis (relações com a subjetividade).

Cabe salientarmos que há muito já não nos referimos mais ao sujeito cartesiano. O sujeito da consciência, da vontade própria e delimitado pela força irrestrita do ego vem sendo abandonado, na medida em que a contemporaneidade nos suscita novos desafios metodológicos. Esse sujeito consciencial, que sempre foi fruto do seu tempo, está sendo colocado em xeque. Na contemporaneidade, somos impelidos, por fatores econômicos, sociais e políticos, a entender os acontecimentos a partir do que denominamos subjetividade. É assim que Deleuze e Guattari procuram substituir análises que recaem no sujeito cartesiano e kantiano, centrado, dotado de vontade e pré-existente, pelo que nomeiam de subjetividades compostas. Essas subjetividades, segundo os autores, são produzidas por forças heterogêneas que não se resumem ao sujeito. Ao contrário do sujeito fixo, as subjetividades são maleáveis, processuais e têm relação direta com a contingência histórica que as circunda.

Por conseguinte, a subjetividade é uma questão do presente. Pensar acerca da comunicação e das suas relações com o capitalismo é cartografar fluxos, que se estendem pelos mais óbvios e imperceptíveis caminhos. A opinião deve ser pesquisada neste quadro, como um forte vetor de produção das subjetividades contemporâneas.

Elegemos para este trabalho alguns pontos de nosso interesse. Na primeira parte procuramos percorrer alguns estudos sobre a palavra no pensamento grego. É neste universo que a palavra se desdobra em opinião e se transforma em elemento de construção da democracia. Nesse período a palavra se retira do registro mágico-religioso e ingressa na palavra-diálogo. Para entender a dinâmica desse processo, debruçamo-nos nas teses sofisticas que consideram a palavra “coisa-viva”. Para os sofistas a palavra tem poder de produção de mundo, ela é um ser e como tal apresenta o mundo de forma ativa e incontestável. Os sofistas

entendiam a palavra a partir da ação, da produção que exercia. Não é à toa que o pensamento sofisticado será desconsiderado quando se empreenderem a palavra-diálogo e as teses platônicas, pois se para os sofistas a palavra não pretende ser funcional, não almeja alcançar a verdade, para o pensamento platônico e aristotélico esta é a sua missão.

Platão concebe a palavra pela lógica do discurso. Assim, o filósofo separa definitivamente a palavra do corpo e de suas relações simbólicas. Não são todos que podem falar, não são todos que são dotados da arte de narrar. Dizer está relacionado a poderes e todo orador – filósofo – deve se afastar do engano, das palavras fugidias que inebriam a razão. Surge assim a doxa como a grande inimiga do homem do pensamento. A opinião para Platão será descartada do processo do pensamento, será tratada como expressão equivocada. Com Aristóteles, o regime da palavra se sofisticada. Apesar de conceber o pensamento filosófico como sendo distinto do pensamento comum, Aristóteles diz que a palavra expressa o ser. Não é a descartando, como fez Platão, que o filósofo alcançará o pensamento. Mas é preciso controlá-la, conduzi-la, dominá-la para que esta se afaste da ambigüidade.

Na Grécia encontramos uma definição particular de opinião. A opinião é uma verdade que enquadra o indivíduo no campo social. Sendo assim, na parte dois ressaltamos algumas diferenças fundamentais entre o modelo grego de pensamento e a ascensão das democracias modernas. Nestas últimas a opinião será concebida como vetor simbólico de poder. Nesse momento a opinião passa por algumas transformações importantes, que marcarão seu estudo. Analisamos o conceito de opinião atrelado inequivocamente ao de público, de onde surge o termo opinião pública. Algumas outras questões são abordadas: a ascensão das massas, as mudanças nas concepções de poder e dois fatores que consideramos fundamentais para a apreensão da opinião nesse período: o surgimento das ciências humanas e o direito ao voto, que consagra definitivamente os direitos coletivos e individuais.

Preocupamo-nos em propor algumas ilustrações sobre as diretrizes conceituais que adotamos. Em alguns momentos foram elencadas notícias em que pudemos analisar a circulação e formação da opinião. Retornamos a tese de Foucault (1990) de que a palavra não representa as coisas e sim instaura determinados regimes de poderes. Neste sentido, explicamos como a opinião na contemporaneidade tornou-se um vetor eficaz na produção das subjetividades.

Com as pesquisas de opinião aferidas pelos institutos, pudemos constatar como o conceito de opinião pública está longe de representar uma diversidade de opiniões que se querem múltiplas. Os institutos apenas apresentam dados que muitas vezes empobrecem a concepção de opinião, minimizam o seu teor discursivo em prol de estatísticas. Outra questão de nosso interesse foi recolocar o problema do interesse público e do público a fim de elucidarmos as implicações dos processos de concepção de opinião contemporâneos que obedecem a preceitos de mercado. A mídia coloca à disposição do indivíduo, como numa grande vitrine, opiniões sobre todos os acontecimentos. Cabe ao consumidor escolher aquela que desejar. No entanto, está também em jogo um aspecto produtivo da opinião, na medida em se constitui como vetor na produção das subjetividades.

Na parte três, detemo-nos mais demoradamente nas teses de Gabriel Tarde, que no fim do século XIX propôs uma análise detalhada da conexão entre os termos opinião e imitação. O autor procura entender o laço social sem recorrer a identidades lógicas, rompendo com as fronteiras entre o indivíduo e o social.

Tarde afirma que o social deseja apenas se propagar, numa relação construtiva de sentidos e registros semióticos. A base para a hipótese é o que o autor denomina “imitação”, uma espécie de contágio entre partes (social e individual) não muito bem delineadas, já que elas mesmas são definidas por conexões que envolvem componentes heterogêneos. É pela imitação, que não se confunde com um sistema geral, que o social se propaga. Os fluxos de

inovação acompanham esse processo imitativo. Para Tarde, o laço social não se realiza por regras previamente demarcadas, como o contrato social de que falava Durkheim, mas numa constante agitação de forças subjetivas. Assim, o autor procura entender o próprio fenômeno da opinião, como uma expressão dessas relações transversais entre o social e o indivíduo. A opinião não é do indivíduo, nem do social, ela é uma interseção entre acontecimentos e se propaga ininterruptamente.

Com as reflexões de Tarde pudemos identificar algumas características importantes na contemporaneidade. A opinião, a partir de uma espécie de função opinar, engendra vínculos sociais, promove conexões entre componentes de um grupo. Tarde, apesar de pontuar a característica propagadora da opinião, salienta o papel da imprensa na reduplicação dessas opiniões. Para o sociólogo, o publicista carrega um ímpeto despótico, já que imprime uma difusão previsível das opiniões.

Importa destacarmos as relações existentes no par imitação-invenção. Na contemporaneidade, uma vez que a opinião funciona como palavra de ordem, ela muitas vezes obedece a uma lógica despótica: somos “obrigados” a dar opinião sobre tudo, como uma exigência inerente ao próprio capitalismo. Sendo assim, a parte quatro do trabalho preocupou-se em destacar como a opinião funciona a partir da palavra de ordem.

Hoje percebemos um “deixar falar”. Como avalia Deleuze, na sociedade do controle o poder opera de forma a estender, a liberar. A opinião está conectada a essa lógica. Não é mais no cerceamento dos discursos que devemos entender a opinião, mas na sua propagação e proliferação. O império da opinião impõe-se como marco contemporâneo. Fala-se sobre tudo, discorre-se sobre qualquer assunto, há uma vontade de comunicar que coloca em conexão lógicas de poderes e debates públicos que atravessam todo o tecido social.

Neste trabalho procuramos entender essas conexões: mídia, capitalismo, opinião, campo social. Procuramos senti-las a fim de que se dissolvam em prol de outros movimentos

possíveis. Destacamos, para tanto, que no capitalismo contemporâneo em que os vetores assinalam para uma única direção, é preciso buscar a mudança do curso em prol das variações, entender acima de tudo o que são essas variações e perseguir as diferenças possíveis e desejáveis.

PARTE I

EM BUSCA DO CONCEITO DE OPINIÃO

*De fato, no sistema de pensamento religioso em que triunfa a palavra eficaz,
não há nenhuma distância entre “verdade” e justiça:
este tipo de palavra está sempre em conformidade com a ordem cósmica.
Marcel Detienne – Os mestres da verdade na Grécia Arcaica, p.37.*

1. Grécia Antiga e algumas vias de problematização da palavra

Difícil não recorrer à Grécia antiga quando se trata de entender a palavra. Outras civilizações como as africanas, chinesas ou indianas contribuíram para a construção de modos singulares de relação com a palavra, mas o universo grego parece ter sido a fonte inesgotável da energia que produziu o Ocidente. Basta lembrar que foi na Grécia que se deu o surgimento da cidade e, por conseguinte, da democracia. Segundo Chatêlet foi no modelo democrático que uma certa concepção de palavra se consolida e ganha valor supremo.

na verdade, na democracia a palavra se torna rainha. Até então as decisões eram geralmente tomadas em segredo pelos aristocratas.... falava-se pouco e, quando se falava, recitavam-se os velhos poemas tradicionais... na democracia, a palavra vai se impor, e quem dominar a palavra dominará a cidade (CHATÊLET,1994:16).

É verdade que para nós, hoje, a palavra designa todos os anseios da democracia. Posso ser árabe e você judeu, mas mantemos certa cordialidade, mesmo quando temos opiniões diferentes. O respeito à opinião do outro consolida o ambiente democrático. Neste sentido, no Ocidente se resguarda o “direito de opinar”. Mesmo que esse direito pareça, num primeiro momento, falacioso, ainda vivemos subjetivamente acreditando no direito à fala.

As mudanças foram muitas da Grécia clássica para a Grécia democrática. Com a instituição de um novo modo de se relacionar no campo social com a palavra, a democracia mudou toda a cultura tradicional grega. Se, no período clássico, os aristocratas detinham o poder de fala, com a democracia todos devem saber falar, expressar corretamente sua opinião, pois esta se torna a base das trocas simbólicas no interior da coletividade. Aparecem por toda a Grécia técnicas e artes que convidam o homem grego a usar a palavra. Para ocupar lugar na cidade é preciso falar e, acima de tudo, convencer. Essas técnicas viriam, mais tarde, desenvolver o que se entende como “retórica”.

Na verdade, a cidade aparece num momento em que há uma crise decisiva da soberania. O monarca não está mais presente para determinar a vida em conjunto. Aparecem as assembléias e as instituições de representação se consagram como lugares de decisão coletiva. Por isso, na Grécia democrática a opinião passa a ter um valor supremo, aquilo que distingue um homem do outro. Segundo Epíteto, que foi um escravo-filósofo do primeiro século grego, apenas a opinião do indivíduo devolve a tranquilidade necessária quando este perde todas as suas referências. Isaac Epstein assim afirma:

Tudo podemos perder, diz Epíteto: saúde, família, fortuna, amigos, reputação e a própria vida. Nossas opiniões, nossos julgamentos, no entanto, são nossas propriedades exclusivas. Não importam quais sejam as coisas ou os fatos, somos senhores de uma opinião ou de um julgamento sobre eles. O uso dessas representações depende só de nós (EPSTEIN, 2002:20).

Aqui, apontamos uma diferença fundamental que nos separa dos gregos. Com o surgimento dos meios de comunicação, principalmente após a Primeira Guerra Mundial, a opinião passa a ser oferecida como produto. Rádios, televisões, editoras, bibliotecas, museus, salas de vídeo e teatro, computadores e cinema representam modos específicos de apreender e conceber as opiniões. Esses meios consagram uma indústria da cultura que muitas vezes agenda o que deve ou não ser falado. Na sociedade moderna, a opinião não parte mais de um indivíduo, mas de um aglomerado de dizeres e de redes de força que, em última instância, estão nos meios e veículos de comunicação.

Para analisarmos essa diferença, propomos, a seguir, que nos debrucemos sobre os seguintes aspectos: as mudanças com relação à verdade; a diferença entre *argumentação* e *doxa*; e um breve passeio sobre a existência social dos gregos. Gostaríamos também de percorrer teoricamente três momentos férteis do pensamento grego, que entendemos ser de suma importância na busca do conceito de opinião: os Sofistas com seus curiosos “jogos verbais”; Platão e o surgimento da *doxa* relacionada ao “pensamento flutuante”; e finalmente Aristóteles com a problemática da retórica e o quadro geral da persuasão.

1.1. “A verdade é, em primeiro lugar, palavra”¹

Na Grécia arcaica há uma relação muito singular com a verdade². A verdade não se dissocia do contexto religioso. Ela não é um conceito, é um “louvor”, uma narração ritualística. Por isso a palavra só pode ser proferida em determinadas condições e por determinados personagens. A palavra, no entanto, não é um ser em si mesmo, mas expressa um conjunto complexo de condutas do qual emerge uma série de valores simbólicos.

¹ Frase retirada de Marcel Detienne, 1981.

² Nossa idéia de verdade foi construída a partir de três culturas diferentes: a grega, a latina e a hebraica, como indica Marilena Chauí. Em grego diz-se *aletheia*, que significa “o verdadeiro é o evidente ou o plenamente visível para a razão” ou seja, a *aletheia* se refere à veracidade das coisas, àquilo que não é da ordem do falso. Já em latim diz-se *veritas* e isto significa precisão e rigor. Portanto, o *veritas* se refere normalmente a um relato verdadeiro. Em hebraico temos o termo *emunah*, que significa confiança, portanto a verdade se relaciona com a espera ou com aquilo que virá. Segundo Marilena Chauí, a nossa sociedade sintetizou esses três conceitos. Cf. CHAUI, Marilena. *Convite à Filosofia*.

Segundo Marcel Detienne, a verdade, na Grécia, é privilégio de alguns grupos, como os adivinhos e os poetas, que detêm o poder da palavra. Portanto, no mundo grego a verdade está na palavra, é a própria palavra. Aquela que elogia ou censura não é proferida pelo homem comum, mas pelos sábios e aqueles que podem dizer. A palavra fortalece os reis, integra a natureza com a sociedade, “controla o campo social”, assegura a memória – tudo aquilo que foi e será (DETIENNE, 1967:32). E como o grego não separa o mundo sensível de quem o percebe, a palavra que se ouve está viva, é o próprio universo, ninguém a contesta, ninguém a contradiz.

A palavra proferida pelo adivinho e pelo poeta é mágico-religiosa. A sua primeira característica é a eficácia. Quando o adivinho diz, o mundo aparece. Nesse processo não há uma relação de causalidade, mas uma relação de complementaridade. Diz-se algo e este algo surge. Assim Detienne aponta:

A palavra, uma vez articulada, torna-se uma potência, uma força, uma ação. Se o mundo é divino é, por excelência, aquele onde jamais uma decisão é tomada em vão, onde nenhuma palavra é gratuita, no mundo poético ela não goza de uma menor eficácia... (DETIENNE, 1967:34).

Uma vez articulada a palavra torna-se elemento e parte integrante da *phýsis*, da natureza, como algo que brota e cresce; ela é *coisa viva*. No entanto, como está ligada ao cosmo de forma mágica, a palavra não sofre as interferências da temporalidade cronológica. Ela é, e sempre será, presente puro. Os adivinhos e sábios que proferem a palavra não buscam, em nenhum momento, consentimento ou concordância de quem quer que seja; eles simplesmente dizem. Na realidade, como vimos, a verdade só emerge com a fala desses homens. A *Alétheia* é um desdobramento dessa relação cosmológica da palavra, na medida em que palavra e ação não são distintas.

Mas, com o surgimento da democracia, a palavra se orientará de outras formas. Num primeiro momento, surgirá como instrumento do pensamento racional e, posteriormente, irá fundamentar o pensamento retórico. A partir desta nova relação com a palavra, a problemática da verdade será radicalmente transformada.

Com a passagem do mito à razão³ nasce um novo quadro político, econômico e simbólico. A palavra se transforma numa expressão do ser, como veremos mais detidamente em Aristóteles. A verdade, então, *torna-se uma relação*. Tais mudanças se implementam, primeiro, na transição de uma civilização oral para uma cultura escrita. Posteriormente, com a suplantação do aspecto poético-mágico da palavra pelo discurso lógico. E, finalmente, com a troca do aristocrata ou rei centralizador pelas organizações coletivas instauradas na cidade.

Ponto crucial para nossas reflexões. As modificações impulsionadas por novos modos de se relacionar com a palavra, que sai do registro mágico-religioso e se torna instrumento de diálogo, produzem a verdade como relação e não mais como potência natural. O mundo da *doxa*, criticado por pensadores como Platão, submete a palavra a um regime de consenso, de discurso, de diferença. E, a verdade, por sua vez, se desintegra de um todo mágico.

Na contemporaneidade, não há verdade na palavra, ela não é mais ação, e sim reflexo de certos anseios, como veremos em seguida. Questão também importante. Com o aparecimento dos meios de comunicação, a opinião se mantém como vetor simbólico de poder e passa a ser produto de consumo. Se na Grécia o homem procurava a verdade, na contemporaneidade o indivíduo consome a verdade. Em nossa sociedade parece inócuo buscar a verdade, pois ela é oferecida como produto pelos vários meios de comunicação. A verdade torna-se um ponto de vista, uma perspectiva simbólica, uma versão entre tantas outras disponíveis.

³ Muito se escreve sobre este tema. No mito existe razão? Quais são os sistemas de significação do mito? Como o tema ultrapassa nossas pretensões metodológicas e nosso recorte teórico, sugerimos a leitura do livro *Aspectos do Mito*, de Mircea Eliade.

Em contraste com a Grécia dos adivinhos em que a verdade era tomada como elemento absoluto, hoje não existe mais verdade. Os discursos são privilégios de poucos e ao mesmo tempo, na sociedade de massa, todos podem proferir palavras e verdades parciais. Os “especialismos” contemporâneos provam isso. Temos especialistas em dietas, em artrites e artroses, psicólogos familiares, conselheiros religiosos e jurídicos, jornalistas que nos informam, enfim uma gama imensa de profissionais que nos apresentam soluções para uma infinidade de problemas. A verdade está, portanto desvinculada de uma prática. Ela se transformou num ponto de vista que necessita ser ilustrado, explicado e entendido.

1.2. Da diferença entre argumentação e doxa

Certamente a filosofia nos apresenta modos diversos de ver, sentir e pensar. Ela nos fornece instrumentos conceituais para pensarmos a realidade, e não para a tomarmos como um dado. A *démarche* filosófica postula, assim, um novo olhar sobre as coisas, sobre o mundo que habitamos. E o filósofo, por conseguinte, trata de examinar com acuidade e certa dose de audácia a confusão sensível do mundo.

A concepção de palavra sofre muitas mutações desde os sofistas, passando por Platão até chegarmos a Aristóteles. Mas definitivamente o entendimento da palavra como instrumento de argumentação se consolida juntamente com a razão. A vontade de entender a desordem do mundo sensível a partir da razão, ou melhor, do sujeito pensante, surge com Descartes e se difunde por todo o Ocidente, demarcando definitivamente a diferença entre argumentação e *doxa*.

O homem do pensamento lógico propõe um tipo de leitura do mundo. Mas também o homem comum possui uma “visão das coisas”. Qual seria então a diferença fundamental entre a argumentação filosófica e a fala do senso comum? Em princípio, o senso comum não formula questões nem respostas; ele apenas tece comentários e propõe pontuações sobre algo. A palavra é concebida como uma atitude que pretende encontrar satisfação provisória (CHATÊLET,1972:84). Vista assim, ela pode ser entendida como *doxa*, ou como um sistema de crenças e práticas que se manifesta no gesto do homem comum, em seu modo de agir e de pensar. Mas apesar de suscitar significados efêmeros sobre as coisas do mundo, a *doxa* oferece uma verdade, um sentido. Segundo Chatêlet, o homem comum tem a *doxa* como certeza.

a *doxa* é certeza que não sonha sequer em confrontar seu conteúdo com qualquer outra visão do mundo, se o homem da *doxa* fala, é para dizer e não para discutir; situa-se, de início, na esfera da plenitude satisfeita (CHATÊLET,1972:89).

Desse modo, o homem da *doxa* é aquele que sabe e não cogita questionar suas certezas. Ele utiliza a palavra para afirmar, muito mais do que para expressar. Porque a *doxa* é a afirmação de um ponto de vista que despreza o que lhe é diferente. E a palavra assegura o valor necessário às assertivas criadas a partir da *doxa*. Ou seja, a palavra faz o homem da *doxa* ter um valor. “O privilégio do homem que vive na *doxa* é análogo ao que experimenta o poeta inspirado: mesmo que não se sinta inspirado, apreende-se como possuidor de uma virtude...” (p.89), prossegue Chatêlet.

Essa analogia a que se refere Chatêlet, entre o poeta virtuoso e o homem comum da *doxa*, permite-nos entender por que a opinião compreende também um sentido. Assim como o poeta virtuoso que possui um ponto de vista do qual partem as realidades, também o homem comum, através de sua opinião, percebe o mundo. A sua opinião não está preocupada com o falso e o verdadeiro. Ela constitui uma série de respostas, sem, no entanto, formular as problematizações. Como são infinitas as opiniões, a situação conflituosa entre os vários sentidos assume papel preponderante na *polis*. Por isso o diálogo é confronto de opiniões que pretendem triunfar umas sobre as outras. E sobre esse conjunto heterogêneo de opiniões que se detém a inquietação do filósofo, que busca a resolução do debate. Pois, como se vê, no âmbito da *doxa* há um mundo que se concebe a partir de um ponto de vista, multiplicado por inúmeros outros possíveis. E é diante dessa complexidade que o filósofo se pergunta: qual desses pontos de vista equivale à verdade?

Se o mundo do homem da *doxa* admite um sentido, e são muitas as propostas para compô-lo, cada opinião pode encontrar argumentos que lhe sustentem como razoável. Por isso, a filosofia propõe um outro tipo de conduta para elucidar os intrincados argumentos que acompanham a *doxa*. O primeiro passo consiste em recusar soluções fáceis e imediatas às questões relacionadas à condição humana. Uma simples pergunta — que é o guerreiro? — pode suscitar uma infinidade de respostas, como, por exemplo, aquele que tem coragem. Depois, a *démarche* filosófica arruína com todas as possibilidades de certeza da *doxa* e as iguala, recusando-se a aceitar qualquer uma delas. Nos diálogos socráticos encontramos resumos sobre as opiniões humanas, que logo são tratadas como incertas, duvidosas, hipotéticas. O filósofo arrasa as opiniões em geral e condena a multiplicidade de verdades. Somente a argumentação apresentada como conceito do *logos* pode dar ao pensador nitidez e certeza.

É baseado nesse princípio que o filósofo dá consistência e solidez à palavra na argumentação. Através de exercícios verbais, ele demonstra sabedoria com a linguagem. Porém, mais do que persuadir, ele pretende organizar as formas sensíveis do mundo. Só assim pode fazer como que o *logos* substitua as certezas parciais em prol das certezas gerais. Porque o *logos* é a sua principal via na busca da virtude e do inteligível, o caminho pelo qual o filósofo afasta do discurso possíveis ambigüidades e questões equivocadas.

1.3. A existência social dos gregos

Para compreendermos o aparecimento da opinião na Grécia democrática, torna-se necessário estabelecermos um paralelo com o novo campo social grego: a cidade. A cidade vem modificar não só espacialmente a experiência do homem grego, como também vem impor uma outra associação com o tempo. As mudanças acontecem em dois níveis: na dissolução dos territórios rural e urbano e no deslocamento do centro de enunciação discursiva. A cidade promove o surgimento daquele que “legisla sua própria vida” e orienta-se a partir de valores mais “subjetivos”: o cidadão. Não só os espaços das tribos são delineados, mas também novas esferas de poder aparecem, como, por exemplo, as assembleias. O homem grego experimenta a fisionomia de seu próprio eu e procura dar o melhor de si à vida pública. Segundo Vernant :

Em face às antigas representações espaciais, temporais, numéricas, carregadas de valores religiosos, elaboram-se novos quadros da experiência, correspondendo às necessidades de organização do mundo da cidade, este mundo propriamente humano em que os próprios cidadãos deliberam e decidem sobre seus negócios comuns (VERNANT, 1990:229).

A cidade homogeneiza e circunscreve os marcos simbólicos dos grupos, ligando-os concretamente. No centro dela a HESTIA KOINÉ⁴ mantém a lembrança da lareira familiar da *ágora* e torna-se lugar de referência que faz circular os símbolos e equilibrar a importância de todas as casas do entorno.

⁴ Nome grego que denomina grande lareira. Era utilizada na cidade como ponto de referência, lugar de encontro.

A cidade comporta artesãos, pequenos produtores agrícolas, comerciantes locais e a nobreza. As diversas atividades econômicas formam um aglomerado rico e promovem uma relação temporal mais veloz, na medida em que as trocas de mercadorias são intensificadas. Os recortes espaciais e as diferenciações locais aos poucos vão se projetando. Os lugares anteriormente homogeneizados, as correspondências espaciais entre as casas, não resistem muito tempo como projeto de um espaço harmônico. Vão paulatinamente desaparecendo e a *polis* emerge como lugar irregular e instável.

A vontade de estabelecer um campo social uno e homogêneo, disposto a renegar as hierarquias, aos poucos torna-se apenas projeto. O que se percebe realmente é um cenário de divergências onde muitas relações de poder confluem. Neste cenário, a palavra vira o grande instrumento simbólico de poder, ao se desvincular do mundo mágico-religioso e circular *livremente* pelos e nos anseios dos homens. Ela escapa das amarras aristocráticas e torna-se também um instrumento do pequeno comerciante e do livre artesão. Ainda assim, a palavra permanece como instrumento de valor do homem grego, que agora a tem como arma. Ela delibera, ela decide.

2. Os sofistas, para começar: a palavra ligada à vida

Os sofistas foram acusados por Platão e principalmente por Aristóteles de cometerem barbarismos com as palavras. Segundo estes filósofos, as premissas lógicas não eram respeitadas pelos sofistas, o que tornava a linguagem incompreensível. No entanto, o que Platão e Aristóteles não aceitavam era uma certa *relação de liberdade* com a palavra por parte desses viajantes. Os sofistas entendiam o mundo a partir do movimento de todas as coisas. Se o mundo se movimenta, a palavra, sendo um mundo, também deveria se movimentar. Ela não é simples reflexo de algo, ela é *coisa real*, constitui um entre outros mundos. E isto parecia inadmissível para o projeto platônico-aristotélico.

De certo modo, podemos entender os sofistas como uma espécie de caixeiros-viajantes. Pensadores que não tinham casa ou referências familiares, viviam pelo mundo de forma autônoma, espalhando a habilidade de saber narrar. Esta característica libertária muito contribui para conceber o pensamento ontológico dos sofistas. Eles acreditavam que todo pensamento devia estar em conformidade com uma experiência singular e direta com o cosmo. Se o rio corre, as nuvens se modificam no céu e o tempo promove alterações nos homens, o pensamento também deve correr e alterar-se. O pensamento deve ser instável e inconstante.

O termo sofística não designa originariamente a arte de raciocinar, mas uma forma de cultura própria da Grécia antiga. Ele é derivado de *sophos*, que designa o homem hábil em seu ofício, o homem que tem o saber, ou seja, o sábio. Mas *sophos*, que vem do verbo *sophizesthai*, significa “fazer profissão de saber”. Sendo assim, o sofista é um especialista da *sophia*; ele não pratica nenhum ofício, mas sabe como ninguém dissertar sobre todas as coisas do mundo. O sofista será combatido nas escritas platônicas e aristotélicas e sofrerá um descrédito no ambiente coletivo. Isso se deve à relação que ele acaba estabelecendo entre o mundo da ação, da técnica e do saber. Como para Platão e Aristóteles o conhecimento se separa do mundo prático, e o sofista é por excelência o homem do verbalismo, essa generalidade discursiva será tomada com aversão por parte do mundo que o cerca.

O sofista é um intelectual de profissão. Ele considera a razão humana uma força por princípio superior, mas não procura depositar nela a supremacia do homem. Para os sofistas, a razão é apenas e tão-somente uma força que produz a libertação. Ela é um privilégio, mas não nos diferencia divinamente de outros animais. Por isso os sofistas não se servem do discurso para exercer a dominação política, a tirania intelectual; pelo contrário, procuram com destreza desamarrar as condutas humanas de preceitos equivocados.

Para tanto, os sofistas instauram uma relação singular com a palavra viva. A palavra, segundo entendem, é realizadora do mundo, tem potência de definir o mundo, cria o próprio mundo. A palavra é pura ação. No entanto, paralelamente, surge na Grécia um tipo diferente de palavra que marca toda uma linhagem de pensamento: a “palavra-diálogo”. Marcel Detienne (1981) procura entender e assinalar o momento em que a palavra mágico-religiosa se transforma nessa palavra-diálogo. O autor apresenta como principal fator dessa alteração a ruína de um sistema de pensamento em que a palavra era tomada como potência, como ação e passa a ser instituída como relação. Detienne explica:

para que a filosofia levante o problema das relações entre a palavra e a realidade, para que a Sofística e a Retórica construam um teoria da linguagem como instrumento de persuasão, é preciso que esteja consumada a ruína de um sistema de pensamento onde a palavra é tomada dentro de uma rede de valores simbólicos, onde a palavra é naturalmente uma potência, que age espontaneamente sobre o outro (DETIENNE, 1981:44).

2.1 Desdobramentos da palavra-diálogo

A palavra-diálogo se opõe à palavra mágico-religiosa numa série de pontos. Em primeiro lugar, a palavra-diálogo aparece junto com um novo grupo social, o dos guerreiros. Esse grupo, ligado por relações contratuais, instaura comportamentos e técnicas de educação em que a palavra emerge como dispositivo complementar à ação. Assim, a palavra passa a representar novas formas de estruturas mentais e ser instrumento de deliberação coletiva. Os guerreiros promovem jogos, instauram assembléias e dão à palavra uma dimensão diferente daquela experienciada pelos adivinhos. A palavra, para os guerreiros, expressa algo e não possui a autonomia mágico-religiosa de produzir o mundo. Em sentido contrário, a palavra-diálogo está inscrita no tempo e sofre a interferência histórica. Portanto, ela está em complementaridade com a ação do mundo.

Detienne (1981) afirma que a palavra, para se tornar diálogo, tem que passar por um processo de laicização. Isto implica sair do registro *corporal* e entrar num registro *simbólico* em que será regida pelo discurso e inscrita no regime dos homens. O privilégio dos guerreiros

é proferir essa palavra laica, emitir opiniões. A palavra-diálogo está, portanto, no âmbito social e se manifesta como instrumento retórico. Ela representa os anseios e as atividades dos guerreiros e participa dos confrontos como arma preciosa. Expressar a opinião é levá-la ao centro de discussão – *a ágora* –, é exercer o papel de homem de guerra.

A palavra-diálogo encerra assim a mágico-religiosa e abre caminho para novas formas políticas e éticas do homem grego. Ela delimita também, posteriormente, a palavra como objeto de pesquisa, como campo de saberes que produz reverberações e ecos pelos estudos da linguagem.

2.2. *Górgias e a palavra como um mundo*

Górgias, importante sofista, contemporâneo de Aristóteles, levanta uma questão bastante atual; ele trata da arte da palavra e da sua potência no mundo dos homens. Ora, hoje vivemos sob a égide da opinião. E não é a opinião, juntamente com a propaganda, que muitas vezes nos intoxica com palavras e imagens e demarca novos modos de ser e agir? Pois Górgias pensa a comunicação em sua legítima essência: como ato que produz um mundo possível.

Muito diferente de toda a filosofia aristotélica, em que a palavra é uma referência a um certo estado de coisas que necessariamente está fora do discurso, Górgias acredita que a linguagem é um ser entre outros seres, e que por ter esta natureza ela não pode representar algo que não seja ela mesma. No pensamento gorgiano, a noção de linguagem como representação (algo que está no lugar de outro) é substituída pela noção de encontro. Pois se a linguagem é um ser entre outros, ela não pode ser um mero reflexo objetivo das coisas. Para Górgias, há equivalência entre quem diz e o que é dito. Assim entendida, a palavra é pura ação e tem poder de produção de mundo, caracteriza-se como palavra coisa-viva. Esta se diferencia fundamentalmente do conceito de palavra-diálogo, pois de acordo com o pensamento gorgiano, não há cisão entre palavra e mundo. Na palavra coisa-viva, há sempre conformidade entre enunciado e enunciador.

Górgias não nega o poder da palavra no que diz respeito à sua relação com as instâncias de poder. Ele procura mostrar como os oradores políticos são inescrupulosos na cidade. Portanto, a arte de falar e os segredos das técnicas da oratória não devem ser liberados para aqueles que ignoram a justiça e a ética. De posse dessas técnicas, homens assim realizariam todas as suas ambições e estariam imunes ao julgo coletivo, já que ludibriariam os tribunais com sua arte de eloquência. Esses homens seriam também perigosos, pois conduziriam todos para a tirania.

Se trouxermos as reflexões gorgianas para a contemporaneidade, veremos o quanto é oportuno atrelarmos a concepção de palavra do filósofo — palavra como um mundo possível de experimentação — ao que hoje concebemos como opinião. Na atualidade a palavra é tão flexível, maleável e influente que é preciso ponderar como Górgias: a palavra produz um mundo de experiências e sensações, remete a poderes e saberes. Hoje a opinião torna-se vetor simbólico de poder, produz referências e entendimentos, comporta-se de modo similar às assertivas do filósofo.

3. Platão: *doxa* como pensamento flutuante

A obra de Platão, após vinte e três séculos, suscita interesse de diversas ordens. Não só por sua importância histórica, na medida em que o filósofo postula o advento da argumentação em filosofia e ergue definitivamente os pilares da razão, mas também por que encontramos em seus ensaios um tipo de inovação teórica com a palavra. Em Platão, a palavra é regida pelo discurso. O filósofo separa definitivamente a palavra do corpo e de suas relações mágico-simbólicas. A tese platônica propõe a legitimação do discurso, que deve ser regido segundo regras rigorosas a fim de se alcançar a verdade. Assim, não são todos que podem falar, mas aqueles que são dotados da arte de dizer. Dizer está relacionado a novas formas de pensar. Assim, todo orador – filósofo – deve se afastar do engano, das palavras fugidias que inebriam a razão. Neste cenário, a *doxa* aparece como a grande inimiga do homem do pensamento e, como afirma Chatêlet, o discurso filosófico deve predominar sobre os outros discursos:

Trata-se não já de discorrer, de dizer, mas elaborar - face a todos esses discursos díspares que os cidadãos sustentam ao sabor de sua fantasia ou dos seus interesses - um discurso que possa ser legitimamente tomado por juiz de todos os discursos (CHATÊLET, 1990:32).

Não podemos deixar de considerar que Platão pretende estabelecer os alicerces teóricos e institucionais para a república, e portanto vai pautar as trocas sociais, as relações sociais e os próprios discursos a partir de parâmetros argumentativos e morais. Não basta *elencar* o que deve ser dito, mas quem diz. Acontece que os homens comuns acreditam que a linguagem produz unidade social e que é através da fala que se alcançam a justiça e a dignidade. O diálogo, assim compreendido, afigura-se como o caminho mais seguro na busca do apuro e do bem-estar social. Contudo, o pensamento platônico se afasta das facilidades oferecidas pela opinião e se apóia numa doutrina que disciplina a linguagem.

3.1. Democracia e opinião: desordem e imoralidade

Filosofar, para Platão, consiste não só em se afastar do mundo da opinião, como também em fazer desacreditar que opinar é saber. As certezas da opinião devem ser abandonadas em prol do argumento filosófico. Segundo o filósofo, todo homem deseja ser feliz, mas apenas os homens do pensamento podem efetivamente sê-lo, pois desejam, acima de tudo, a verdade. A *démarche* platônica é um tratado de como alcançar a verdade e amar o pensamento. Justiça, temperança, amor ao belo conduzem o filósofo na busca das formas estáveis, duráveis. O mundo é repleto de formas, mas o movimento as degrada e deflagra manifestações fugidias. Apenas algumas coisas merecem ser conhecidas. Porque há uma infinidade de formas, mas existe uma só forma das coisas que merece atenção e apuro.

A partir desta premissa, Platão entende que a primeira tarefa do filósofo é se afastar das formas desordenadas e corrompidas pelo tempo. Sendo assim, o modelo democrático precisa ser revisto. Por depender da troca de idéias e da opinião como forma de experimentação, a democracia estaria imersa na confusão, na agitação. Assembléias e fóruns de discussão arregimentam diversas opiniões e promovem o diálogo, mas produzem apenas contradições e confrontos, mergulhando na desordem e na imoralidade. A fim de eliminá-las, o plano político do filósofo pretende extirpar o fugidio e toda injustiça advinda dos discursos no seio democrático. Para tanto, os preceitos democráticos devem ser colocados em xeque, questionados na sua essência, desacreditados por sua aparência, desmoralizados enquanto fonte de busca da verdade.

A vitória da democracia, para Platão, apenas produziu mais desigualdades. Ela representa uma civilização que venera a imagem e sob vários aspectos deposita as grandes decisões sociais nas mãos dos que não podem decidir por ninguém. As imagens são apenas cópias do mundo da essência e as cópias permanecerão cópias, portanto são espectros, sombras de algo muito maior do que elas. A democracia é uma imagem degradada de um

modo de fazer a política, e como imagem não merece ser conhecida, visto que sua natureza cambiante e fugaz inebria o pensamento. Sobre a democracia Platão discorre:

A democracia começa... a existir... quando os pobres, vitoriosos, matam alguns do partido oposto, afastam outros, partilham na igualdade, com que resta, governo e empregados públicos e que, geralmente, é o caso que aí determina os empregos (CHATÊLET, 1962:63 – op.cit. A república, VIII, 557 c. –Platão) .

3.2. Sócrates: “Jamais fui mestre de ninguém”⁵

Quem exerce influência sobre a opinião pública? Os sábios e os que domam a palavra com mestria e requinte? Ou o rico prestigioso que faz circular bens, jóias e terras? Bem, na Grécia democrática falar torna-se tão necessário quanto respirar. Mas o desejo pela verdade, só alguns poucos homens o possuem, os filósofos especificamente. Estes, homens do pensamento, esmeram-se em dizer a justiça e o belo. Não empregam a palavra como instrumento de poder pedagógico ou político, seu principal compromisso é com o pensamento.

Com os diálogos socráticos, podemos entender esse outro “uso” da palavra como canal de enaltecimento da alma e não como ferramenta de poder. Sócrates afirma que o argumento filosófico não fala sobre o mundo, e sim o elabora em face da diversidade de opiniões. Por isso Sócrates deixa seu interlocutor falar, para que este experimente a inutilidade e a desordem do discurso. Somente após esta experiência com a confusão da opinião é que seu interlocutor estará preparado para entender o universo do pensamento.

A filosofia, neste sentido, deve ser apenas um canal para se alcançar a verdade. Mas como ensiná-la? Como produzir no homem o desejo de pensar? O certo é que Sócrates, ao demonstrar sua mestria com as palavras, nunca quis despertar no outro a vontade pelo poder, apontar um caminho que levasse até lá. Em certo momento, afirma que jamais foi mestre de ninguém, e sim aquele que diante de homens comuns apenas se coloca à disposição do

⁵ Chatêlet, *Platão*, p.40

exercício do pensamento. Para Sócrates, a filosofia não é ensinada, mas exercitada como técnica que produz experiências possíveis de entendimento.

3.3. Fronteiras entre o dizer e o falar

Tanto Sócrates quanto Platão acusam a edificação democrática. Raro seria o acordo ou o consenso num regime em que as palavras são proferidas como justificativas a outras palavras. Como pensar então as repercussões do pensamento platônico na contemporaneidade? O que é a *doxa* hoje? Em que se apóia? Se em Platão a *doxa* deve ser abandonada em prol de argumentos lógicos, parece-nos, contudo, que atualmente é a *doxa* que movimenta os fluxos sociais. Hoje, todos têm algo a falar. Todos têm opinião e precisam ter. Foi o regime democrático que instaurou uma liberação do discurso, ao mesmo tempo em que fez a palavra se relativizar. Sendo assim, a mídia, como ambiente em que circulam os discursos, parece ser fonte importante da produção generalizada de opinião na contemporaneidade.

Na democracia grega, todos podem apresentar seus juízos, seus anseios sobre a economia, o Estado, a política e tudo mais que diga respeito à vida. Mas se todos podem expor sua opinião, apenas alguns a controlam. Por isso Platão entende que o controle deve ser dado àqueles que dizem a verdade, e não àqueles que falam para se justificarem. O filósofo retrata o sujeito como um ser individual que está efetivamente ligado ao “ser cidadão”, e não a uma interioridade absoluta. Se o indivíduo é parte integrante da cidade, sua opinião é fruto de uma explicação que é antagônica a outras tantas opiniões.

Emerge, neste contexto, uma viva fronteira entre o dizer e falar. Dizer introduz uma relação direta com o argumento filosófico, com a argüição. Dizer alcança a verdade, o belo, o estável. Falar, por sua vez, encontra o incongruente, o inconsistente, o ilógico. Devido à parcialidade da fala, à sua curta perspectiva sobre as coisas, aquele que deseja dizer deve abdicar do diálogo. Pois o diálogo é o objeto central da conversa displicente e sem propósito,

nesta perspectiva, é a mera troca de falas. E a característica predominante da fala é o seu total descompromisso com aquilo que merece realmente ser conhecido. Por isso o filósofo nada contrapõe àquele que fala, ele simplesmente o conduz a experimentar o seu próprio fracasso.

4. Aristóteles: a palavra como expressão do ser

Concretamente, Aristóteles vai romper com a concepção platônica de que a filosofia deve ser um exercício de ascese rumo às idéias. Filosofar implica *logos*, requer um debruçar-se sobre o mundo e não um afastamento dele. Ao lado do idealismo platônico, emerge assim um realismo da natureza. E quanto à palavra, o que muda com Aristóteles? Em princípio podemos apontar dois amplos eixos de concepção. O primeiro consiste em entender a palavra como fundamento e força motriz do discurso retórico que pretende pensar o mundo através de uma lógica intelectual. O segundo propõe definir a palavra como aquilo que expressa o ser. Aristóteles concebe a palavra como uma expressão, expressão do ser. Irrompem assim duas naturezas da palavra: a palavra que apenas produz diálogos (esta desqualificada pelo filósofo) e a palavra que serve de instrumento de persuasão.

O mundo sensível para Aristóteles não é aparente e ilusório. O filósofo não separa, tal como empreende Platão, os mundos da essência e da aparência. Segundo o pensador, as essências estão nas coisas, mas de forma confusa e não intelectual. A beleza do mundo sensível consiste exatamente nesta multiplicidade que é afeita a transformações. Por isso, em lugar de produzir um afastamento da palavra, da *doxa*, ou daquilo que é da ordem da aparência, Aristóteles propõe pensar uma teoria sobre a palavra: instaura assim a retórica. Se nos ensaios platônicos a palavra relacionada à *doxa* é da ordem do efêmero, daquilo que não merece ser conhecido, com Aristóteles a palavra recebe outro estatuto. Ela passa a ser pensada como instrumento que expressa o ser e como veículo através do qual o pensamento pode alcançar a verdade.

Essa nova conceituação da palavra não se limita a refletir sobre seu objeto, sobre a palavra em si. De forma mais ampla, a inovação consiste em propor um pensar diferente. Exemplo disto é o tema da felicidade, que assume importância significativa para o filósofo e nos ajudar a compreender essa original e poderosa *démarche* aristotélica.

Ao questionar-se sobre a natureza da felicidade, Aristóteles diz que para alcançá-la deve-se abandonar as opiniões parciais, particulares, que só levam o homem à sua animalidade. Neste sentido, a felicidade deve ser ponderada para além dessas circunstâncias pessoais. Mas isso não quer dizer que Aristóteles procura uma definição em si, uma verdade inabalável da felicidade. A felicidade não é um absoluto e não se limita somente a uma virtude. Ela é produzida a partir de muitos elementos, como o corpo (saúde) e os bens exteriores (riqueza e boa reputação). O filósofo afirma: “Não se é completamente feliz se temos um aspecto sem graça, se somos de uma baixa estirpe, ou se vivemos sós e sem filhos ” (Pleíade, 1970). Por isso, vários aspectos devem ser levados em conta para determinar a felicidade.

Para alcançar a felicidade, que é do mundo sensível, alguns exercícios devem ser conduzidos. Para alcançá-la, o homem deve estar disposto a procurar o conhecimento, a afastar-se das intempéries do mundo sensível. A felicidade não pode ser uma opinião e sim uma argumentação daquele que filosofa.

Aristóteles sistematiza a palavra a fim de entendê-la como argumento de persuasão. A palavra expressa o ser e por isso deve haver uma teoria sobre ela, para que as contingências sejam pensadas através de regras e ordenamentos.

4.1 A sistematização do pensamento

O pensamento aristotélico empreende uma nova leitura sobre a lógica. A lógica tem como fundamento conceber a forma de qualquer discurso que pretenda demonstrar algo em geral. Ela procura estruturar o raciocínio apontando seus elementos, suas funções, suas regras

internas. No seio da lógica emerge o discurso científico que observa, experimenta, demonstra e conclui. Mas da Grécia para a contemporaneidade a lógica se modificou.

Quando Aristóteles utiliza o *logos* como fundamento de seu pensamento, ele pretende designar algo muito diferente do que hoje entendemos por lógica. O pensador por silogismos, ou seja, por premissas discursivas simples, fundadas em princípio na opinião que é comum a todos os homens, conduz sua doutrina filosófica. Bem diferente de Platão, que desqualifica a opinião como aquilo que não produz pensamento, Aristóteles utiliza a palavra comum para produzir argumentação. Argumentar exige termos e definições desses termos, por isso a argumentação filosófica não prescinde da combinação entre termos e predicados. Na opinião esse par não existe, pois as palavras são proferidas sem conexão e sem qualidades específicas.

Quando analisamos qualquer proposição segundo a lógica aristotélica, constatamos que o filósofo pretende em primeira instância sistematizar o pensamento. Para Aristóteles, encontrar a verdade e a falsidade das premissas é tomar os termos na sua ligação, e não isoladamente. Assim, se nos detivermos sobre a assertiva “Sócrates é um homem”, devemos apreendê-la como substância que exprime uma definição; esta definição só emerge a partir do juízo lógico, que é produzido pelo pensamento. A produção do pensamento, por sua vez, depende do gênero e da diferença, assim como definir é mais do que explicar, é determinar o objeto que a palavra indica. Portanto, para entendermos que Sócrates é um homem, temos que aproximar o termo de um gênero específico, por exemplo, o animal, e apontarmos para uma diferença também específica, o ser racional.

4.2. Nova acepção de retórica

Em que consiste a retórica? O termo pode designar sentidos bem diferentes, dependendo apenas de sua utilização. Na linguagem comum, o termo retórica se apresenta como algo que é da ordem do falso, daquilo que está complicado. Já alguns pensadores tomam a retórica como arte de argumentar. Para os sofistas, principalmente Górgias, que foi

contemporâneo de Aristóteles, a retórica era celebrada como discurso poético, eloquente e ritmado, que procurava o belo. A retórica destinava-se a duas grandes ações: produzir um discurso erudito e uma sistematização do ensino. Segundo Reboul (2000), ela está diretamente ligada a muitos povos. O autor cita os hindus, os chineses, os egípcios, mas conclui enfaticamente que a retórica é uma “invenção grega”. Diz o autor:

os gregos inventaram a ‘técnica da retórica’, como ensinamento distinto, independente dos conteúdos, que possibilitava defender qualquer causa e qualquer tese. Depois inventaram a teoria da retórica, não mais ensinada como uma habilidade útil, mas como uma reflexão com vistas à compreensão, do mesmo modo como foram eles os primeiros a fazer teoria da arte, da literatura, da religião”(REBOUL, 2000:1).

O certo é que a retórica está estritamente ligada ao trabalho de Aristóteles. É através da retórica, como instrumento indispensável para refletir sobre as incertezas e os conflitos do mundo, que o pensador demonstra o caminho da filosofia. A retórica é uma arte autêntica que repousa sobre bases racionais. É um saber-fazer com uma finalidade. Esta última noção, aliás, é uma linha que separa o pensamento aristotélico do sofista. Para os sofistas, a retórica não busca um fim, mas produz um elogio ao belo. Já Aristóteles faz do discurso retórico, coeso e repleto de silogismos, um recurso para pensar filosoficamente.

Qualquer homem comum — o artesão, o ferreiro ou o carpinteiro — que queira exercer a arte de saber fazer, deve aliar arte e técnica. Para que seja competente em sua arte técnica, deve dominá-la. O mesmo ocorre com um pensador. Ele deve dominar a palavra, já que pretende estabelecer a política e organizar o espaço da cidade. Há uma exigência nessa arte técnica e uma ordenação intrínseca a ela: a retórica utiliza a eloquência, que visa obter a correção das injustiças e das desorganizações do mundo.

A retórica pode também persuadir, valer-se de uma técnica que leva alguém a compreender as coisas sobre um ponto de vista específico. Neste ponto, retórica e persuasão estão atreladas. Como define Reboul, a primeira delas é a “arte de persuadir pelo discurso” (idem: XIV).

4.3. Da diferença entre conversação e retórica

A conversação é a primeira forma de linguagem. É uma linguagem despretensiosa, que tem como objetivo integrar, trocar coordenadas e visões de mundo, envolver os falantes num tempo e num espaço comum. Iniciar um diálogo é abrir possibilidades de encontro e de interação, de forma a permitir “liberdade” entre os falantes. Segundo Antoine Gombaud,

a conversação almeja ser pura, livre, honesta, e no mais das vezes jovial, quando a ocasião e a conveniência o podem tolerar, e aquele que fala, se deseja fazê-lo de modo que seja amado, e que seja tido por boa companhia, não deve pensar senão, pelo menos no que depender dele, em tornar felizes, e este sentimento é tão natural, que mesmo os animais o têm ao modo deles (GOMBAUD, 2001:5).

Na conversação, a linguagem é apenas uma forma de produzir e solidificar as relações sociais. Mas a palavra utilizada pelo discurso retórico só pode ser proferida pelos homens do pensamento e de maneira adequada e regrada. Por isso, Aristóteles procura definir e separar dois tipos específicos de opinião que circulam na Grécia: a opinião da *polis* e a opinião dos escravos e bárbaros. A opinião da *polis* é proferida por homens da cidade que trocam idéias sobre o Estado e a vida comum. Por mais que esta opinião seja, como em Platão, da ordem do fugidio, ela é de suma importância para que as relações sociais prossigam. No entanto, existe, como dissemos, uma outra forma de opinião, aquela que vem dos escravos e bárbaros. Estes homens não são, necessariamente, destituídos da fala, mas mantêm uma relação com o discurso que é puramente da ordem do que se denomina conversação. Por isso, a opinião deles conserva a característica que se atribui ao ato de conversar, que é a ausência de compromisso com a verdade.

Essas duas concepções de opinião participam de um projeto teórico maior de Aristóteles, que é fornecer as bases filosóficas para a linguagem. Já que a linguagem expressa o ser, ela deve ser produzida a partir de regras de raciocínio lógico. O raciocínio é um meio de obter tecnicamente a persuasão. Portanto, a retórica, mais que um poder de formular em cada caso o persuasivo, é uma técnica que não se preocupa com a conclusão.

PARTE II

EXPRESSÃO, FORMAÇÃO E CIRCULAÇÃO DA OPINIÃO

*A maior parte dos homens não tem opinião, e é preciso que esta venha de fora sob pressão, como o lubrificante entra nas máquinas.
José Ortega y Gasset – A rebelião das massas, p.165.*

1.Cenários de expressão

No capítulo anterior vimos como a palavra circulava na Grécia. Cabe a pergunta: em que medida nos aproximamos ou nos afastamos dos gregos? Bem, essa questão não se responde de forma simples. Podemos dizer que nos aproximamos de Platão, já que hoje, de acordo com o que considerava o filósofo, a palavra não pode ser tomada fora da lógica do discurso. Por outro lado, nunca em outro momento histórico a palavra teve, como tem atualmente, força performativa e mágica, assim como entendiam os sofistas. Os boatos⁶ servem como bom exemplo para se pensar a potência da palavra, já que produzem verdadeiras distorções na economia, na política e nas esferas sociais, provocando instabilidades apenas com proposições não conclusivas e transitórias.

Bem evidente que, se também na contemporaneidade vivemos sob a égide do poder da palavra, esta não se limita mais a um circuito estreito como no mundo grego, pois pode agora ser proferida de muitas formas, em diversas situações e por muitos atores sociais. Neste sentido, não podemos descartar o papel categórico da mídia na produção dos dizeres que se espalham pelo tecido social. Vivemos sob o *império da opinião*, que se legitima na medida em que é atravessado, multiplicado e muitas vezes constituído pela mídia.

⁶ A professora Monique Augras relaciona o boato ao que denomina “expressão não institucionalizada”. O boato seria assim uma proposição específica que percorreria o tecido social utilizando a oralidade como principal fonte de transmissão. Ele estaria balizado em dois eixos: um aspecto psicológico (que fundamenta a crença dos indivíduos no próprio boato) e um aspecto sociológico (visto que os indivíduos apenas perceberão o boato se tiverem as mesmas referências simbólicas) Cf. AUGRAS, Monique. *Opinião Pública*.

Como podemos então delimitar a opinião num cenário contemporâneo? Em princípio, o conceito de opinião não pode ser tomado como ponto isolado de um campo de forças. Ao discorrermos sobre opinião, mencionamos necessariamente as mídias, suas convergências e sua participação na produção de certas maneiras de vivenciar os acontecimentos, os fatos, os poderes. A opinião é produzida irremediavelmente neste contexto. Portanto, por mais pontual que seja a opinião, ela é acionada e opera num campo de forças em que estão em jogo muitos elementos: o que se vê, o que se ouve, o que se produz, o que se repete. Os cenários são inúmeros e complexos.

Se os cenários são múltiplos, parece-nos inegável que o vocábulo opinião, que tem origem no latim *opinio* e designa juízo de um fato, não traduz, por si só, a complexidade desta paisagem. Por resistir a uma definição específica, o termo tem sido empregado em muitos e variados sentidos. Psicólogos, sociólogos, políticos, antropólogos, jornalistas e juristas procuram, a partir de seus respectivos contextos e linhas teóricas, conceituar a opinião. Muitas vezes, essas conceituações atentam para modos distintos de abranger a natureza teórica, política e social da opinião.

Da Grécia até os dias de hoje, podemos apontar alguns momentos de intensos rearranjos do conceito de opinião. Na Grécia, como assinalamos, tem-se uma singular relação com a palavra – a palavra-mágica e a palavra-diálogo. Na passagem da palavra mágica para a palavra discurso, apontada por Detienne (1981), certamente Aristóteles se apresenta como principal representante teórico. Aristóteles não rejeita a opinião popular como elemento de comando. A opinião popular tem, para o filósofo, uma virtude que está intrinsecamente ligada ao gestor público, ou seja, o gestor público deve controlar a opinião popular, a fim de melhor governar. No tratado sobre *Política*, Aristóteles entende o quão expressiva é a opinião para o princípio de governabilidade.

Já na Idade Média, o termo opinião é menos difundido e, quando aparece, está associado às manifestações religiosas. Estamos no momento das cruzadas, que diluem e fazem circular conceitos, imagens, idéias e juízos sobre os acontecimentos. Encontramos então a expressão “*vox populi, vox dei*” (voz do povo, voz de Deus), que parece comprovar a estreita relação entre o terreno religioso e as aspirações sociais. Até os dias de hoje, a opinião pode se apresentar como componente que sintetiza poderes religiosos. Basta observarmos como as Igrejas Evangélicas⁷, principalmente a partir das décadas de oitenta e noventa, utilizaram o arsenal comunicacional (rádios, jornais impressos, redes de TV) para ampliarem o alcance de suas pregações. Como explica a professora Monique Augras, foi ainda na Idade Média que surgiu um consenso em torno das práticas religiosas, do qual derivou um tipo específico de “opinião comum”.

Na Idade Média européia, com a notável homogeneidade dos conceitos dos sistemas de valores e de crenças, encontramos o conceito de **Consensus Ommnium** (acordo de todos), que expressa a voz e uma opinião coesa em torno da fé cristã. Nesse terreno particularmente favorável, vemos o surgimento das campanhas de propaganda, que visam a angariar fundos e recrutar homens: são as cruzadas, que conseguem a adesão do povo (pelo menos as primeiras) (AUGRAS, 1974:13).

Foi no Renascimento, entretanto, que surgiu pela primeira vez a idéia, cara às democracias liberais, da diversidade de opinião. Esse ideal, calcado principalmente no surgimento do conceito de indivíduo, fez conectar, ainda de forma embrionária, a opinião com o poder. Muitos reis, como Ricardo IV, por exemplo, cortejavam a opinião como forma de aproximação do poder. A frase, proferida por ele, “a opinião, que me ajudou a alcançar a coroa”⁸ não deixa dúvidas sobre esse intento. O par opinião-ascensão ao poder atravessou todo o renascimento e resiste até os dias de hoje.

⁷ A respeito das mudanças no quadro religioso contemporâneo, especialmente das religiões denominadas “neo pentecostais” ver “Bye, bye, Brasil – o declínio das religiões tradicionais no censo 2000”, por Antônio Flávio Pierucci – Revista dos Estudos Avançados da USP.

⁸ *Apuđ.* AUGRAS. Shakespeare, Ricardo IV. p.14.

Do ponto de vista histórico⁹, foi no Iluminismo que a opinião definitivamente se acoplou ao conceito de público. Com as conquistas democráticas, surgiu o termo *opinión pública*. Assim, durante os séculos XVII e XVIII, vários escritores como Voltaire, Hobbes, Locke e Hume começaram a se interessar pelo tema. Mas foi a Revolução Francesa que estimulou a discussão sobre o poder da opinião pública e o controle de sua circulação. Quem pode governar? A quem cabem as rédeas do Estado? Quem controla a opinião pública? Algumas destas questões instigaram pesquisas e especulações sobre a opinião, modulando ainda mais o viver democrático¹⁰. Esse ideário que marca fortemente a opinião como *elemento simbólico de poder* pode ser averiguado nas teses de Locke, apontadas e explicitadas por Aníbal Gómez:

John Locke en 1690 sostendrá en su Ensayo sobre el entendimiento humano que la sociedad está dominada por tres leyes: “Hay tres leyes: la ley divina, la ley civil e la ley de la opinión o reputación, si es que puedo llamarla así” ...Locke atribuyó gran valor a esta tercera ley que también denominó “la ley de la opinión o de censura privada” porque, según él, el hombre a lo que más teme es a la “mala opinión”, al escárnio público, al desprecio o a la desgracia como sanción de la comunidad hacia los violadores de la ley de opinión o de la reputación (GÓMEZ, 1982: 21)¹¹.

O que nos chama atenção nesse processo de constituição da opinião pública como fundamento do poder é sua ambigüidade, que se expressará com mais intensidade na modernidade. Formam-se duas correntes diametralmente opostas com relação à opinião. De um lado, credita-se à opinião a autoridade social. Acredita-se que ela efetivamente representa a voz do povo e que está ligada aos seus anseios. Por outro lado, surgem posições que criticam uma utilização vil da opinião, através de processos persuasivos e manipuladores.

⁹ Não percorreremos exaustivamente todos os momentos históricos que apresentam as marcas do termo opinião pública. Vamos nos limitar a atravessar momentos pontuais para fins de análise posterior.

¹⁰ Mesmo ligada a uma infinidade de pensadores, segundo Luis Aníbal Gómez no livro *Opinión Pública y Médios de Difusión*, o primeiro pensador a descrever uma teoria sobre a opinião pública foi Willian Temple, em 1672. Temple abarca todo o ideal iluminista que traceja a razão como norte de pesquisa e apresenta a opinião como “fundamento dos governos” (GÓMEZ, 1982: 20).

¹¹ John Locke em 1690 sustentará em seu *Ensaio sobre o entendimento humano* que a sociedade está dominada por três leis: “Há três leis: a lei divina, a lei civil e a lei da opinião ou reputação, se é que posso chamá-la assim”... Locke atribuiu grande valor a esta terceira lei que também denominou “a lei da opinião ou de censura privada” porque, segundo ele, aquilo a que o homem mais teme é a “má opinião”, o escárnio público, o desprezo ou a desgraça como sanção da comunidade contra os violadores da lei de opinião ou da reputação (idem: 21).

Nessa perspectiva, a opinião estaria ligada a uma *inconsciência alienada* que produziria confusão e escravidão. O ideal Iluminista trouxe essa marca de ambigüidade com relação à opinião pública e mais uma vez essa marca persiste até os nossos dias.

No fim do século XIX, com o advento das democracias modernas, a opinião torna-se uma tribuna de avaliação dos governos e dos gestores públicos. A opinião liga-se definitivamente à imagem da democracia e é submetida a análises e sistematizações. Certamente, dois grandes fatores contribuem para este processo: o surgimento das ciências humanas, que emergem como espaço de pesquisa do sujeito que habita as cidades, troca informações com grupos diversificados, produz linguagens, simbolismos, economia, cultura; e o direito ao voto, que consagra definitivamente os direitos coletivos e individuais. Portanto, o cenário está moldado: a democracia consolidada como modelo político e o olhar sistemático sobre o homem produzem a opinião pública, que deverá ser esclarecida, manufaturada e sondada, como veremos adiante.

O percurso histórico permite-nos averiguar a importância da opinião na contemporaneidade. Ela efetivamente se tornou imprescindível, tanto em nível comercial, visto que as sondagens funcionam como termômetros de consumo, quanto como medida das práticas políticas em geral. Entre estas últimas, destacam-se as instituições governamentais que muitas vezes condicionam e fundamentam suas estratégias políticas considerando a opinião pública.

Parece-nos, contudo, que no modelo capitalista contemporâneo, em que as fronteiras culturais e econômicas foram transpostas e os avanços tecnológicos se intensificaram, a opinião tornou-se efetivamente vetor simbólico de poder. No entanto, o conceito opinião mudou e o conceito de poder também. Hoje o setor informacional e comunicacional atua decisivamente nas relações cotidianas, reconfigurando as formas de viver e sentir. É através da mídia e atravessados por ela que produzimos nossas impressões do mundo, exprimimos

nossas sensações e constituímos nosso olhar. A mídia como campo de força promove e impulsiona opiniões. E esta conexão entre poder e opinião se intensifica e se torna mais tênue e sutil. Guattari (1986) já nos havia indicado como o capitalismo contemporâneo se vincula às subjetividades, funcionando, portanto, como produtor de formas de ver, de entender e de conceber as realidades. Portanto, os poderes a que se agenciam-constituem às opiniões não são mais de manipulação e sim de produção e esta produção se acopla às subjetividades. A pesquisa sobre opinião não deve se deter exclusivamente aos poderes e sim às subjetividades que aciona e a que está agenciada.

A opinião vinculada a uma lógica comunicacional seria então um reduto importante da produção de subjetividades. Procurar mapeá-la, incluindo o seu funcionamento na contemporaneidade, é também, segundo entendemos, investigar a que tipo de subjetividade a opinião está atrelada e que poderes ela mobiliza. No entanto, não podemos deixar de considerar o papel dos meios de comunicação nessa complexa arena social. Pois na relação entre mídia e opinião ainda persiste a marca da expropriação da opinião pelo poder, ou seja, a utilização da mídia como instrumento *manipulador* de opiniões. Mas é importante salientar que o poder, tal como preconiza Foucault, “não é uma instituição e nem uma estrutura... é o nome dado a uma situação estratégica complexa numa sociedade determinada” (FOUCAULT, 1988:89).

Neste sentido, o cenário aparenta ser mais complexo, já que ligar simplesmente a formação e circulação da opinião pública a uma lógica de expropriação não se sustenta como proposta teórica. Essa lógica toma por referência o conceito de poder como algo que se detém e que se concentra. A antiga forma da superestrutura e da infra-estrutura se mantém neste ideário: há os que detêm o poder e os que estão subjugados por ele¹². Hoje é difícil

¹² Como nos aponta Deleuze revistando o trabalho de Foucault, a passagem da sociedade disciplinar para a de controle exige uma outra lógica de poder. Na sociedade disciplinar o poder exercia estrangimentos no corpo. As instituições (escola, fábrica, azilo) eram centros de produção de *corpos dóceis*, feitos para obedecer. Na

entendermos a procedência das opiniões sem levarmos em conta essa conjuntura, o que implica uma observação mais aguçada sobre como a opinião é produzida e quais são os novos atores envolvidos nesta produção.

1.1 As ciências do homem e o homem das ciências

À primeira vista, parece bem razoável considerar que as ciências humanas evoluíram e que se tornaram imprescindíveis para o entendimento do homem. Afinal, dentro da perspectiva hegeliana do progresso histórico dialético - que supõe a existência de uma linha invisível, e no entanto fundamental, a ligar o presente ao passado - parece inadmissível a afirmação de que não há nada, antes do século XVIII, que indique o surgimento de pesquisas em ciências humanas. Para escapar dos constrangimentos da teleologia, é preciso, como fez Foucault, pensar a história em termos de rupturas. É por isso que Paul Veyne (1982) persistiu na tese de que Foucault “revolucionou a história” na medida em que permitiu produzir pesquisas sobre as *epistémês*, sem contudo torná-las reféns de um evolucionismo histórico.

O pensamento foucaultiano permite-nos acompanhar-refletir sobre o cenário da reelaboração do conceito de opinião, na medida em que apresenta uma concepção inovadora de história, propondo uma genealogia das idéias e do pensamento. O autor promove ainda um cruzamento entre o surgimento do sujeito e o nascimento das ciências humanas, o que nos parece central para a compreensão da opinião pública como efeito de determinadas relações entre poder e saber. O modo como Foucault compreende o surgimento das ciências humanas está impregnado de rupturas e “nuvens trans-históricas”. O autor esclarece:

A primeira coisa a constatar é que as ciências humanas não receberam por herança um certo domínio já delineado, dimensionado talvez em seu conjunto, mas não-desbravado, e que elas teriam por tarefa elaborar com conceitos enfim científicos e métodos positivos; o século XVIII não lhes

sociedade de controle o corpo é liberado, mas nem por isso o poder se dissolve, na verdade Deleuze chega a afirmar que ele parece mais insidioso e ardiloso. Deleuze aponta para as novas formas de poder e as novas subjetividades que estão em jogo no modelo capitalista contemporâneo. E ratifica a tese de Foucault que o poder não é de um ou de outro mais sim um diagrama que produz formas de conceber as realidades. Sobre esse tema nos deteremos no próximo capítulo da tese. Cf. Deleuze, Gilles. *Pos-scriptum sobre a sociedade de controle*.

transmitiu, sob o nome de homem ou de natureza humana, um espaço circunscrito exteriormente (FOUCAULT, 1990:361).

Se não há aparentemente nenhum legado possível no processo de construção das ciências humanas, é preciso também conceber o homem como fruto de uma invenção. Foucault insiste em afirmar que “jamais encontrou nos séculos XVII e XVIII alguma coisa como o homem; pois homem não existia” (idem:362). Tudo indica que há uma correlação entre o homem e as ciências do homem.

Segundo Foucault, com o surgimento das ciências humanas o homem também foi constituído enquanto unidade a ser examinada e analisada. No entanto, o que as ciências humanas empreenderam foi a tentativa de conhecer o que o homem pode saber, e não aquilo que ele é. As ciências humanas viabilizaram a pesquisa do homem em suas possibilidades e virtualidades, não quanto à sua natureza (idem: 370). Por isso, não é apenas a natureza que está em jogo, e sim uma forma delineada de conhecer, de habitar os espaços que as ciências humanas assinalam. Uma de suas contribuições é, sem dúvida, trazer um caráter operacional para o conceito de homem, dimensionado pelo conhecimento científico. As ciências humanas aparecem quando os indivíduos ou os grupos são definidos, demarcados em suas potencialidades. O que eles podem produzir, o que podem falar, como podem conhecer? Como se integram, como se isolam e como são feitas as suas trocas simbólicas (economia, linguagem, cultura, política)? Cabe às ciências humanas decifrar esses processos, produzindo-os ao mesmo tempo.

Há uma relação de co-produção entre o homem e as ciências humanas. Quando se descobriu que o homem não é o centro do universo, nem o núcleo central de toda a vida, certamente as ciências humanas ocuparam lugar de destaque na reelaboração dessa problemática. Foucault aponta para uma certa “antropologização” das instâncias coletivas. O mesmo fenômeno parece, ao nosso ver, orientar o entendimento na confecção do próprio conceito de opinião. Só é possível pensar a opinião num cenário em que se consolida a cisão

entre indivíduo e coletivo e em que as circunstâncias sociais (Revolução Francesa, modos simbólicos burgueses, regimes liberais, democracia, sociedade de massa) respondem a determinados campos de forças. Esses campos de forças funcionam, na realidade, como condições de possibilidade para o surgimento de um conceito de opinião individual e, posteriormente, para um conceito de opinião pública.

Encontramos no trabalho de Foucault algumas indicações para pensarmos a *genealogia* do conceito de opinião sem, contudo, utilizarmos uma diretriz histórica que relacione a opinião apenas aos poderes institucionais. Se a opinião passou por uma série de diferenciações conceituais desde a Grécia até os dias atuais, certamente essas diferenciações produziram formas específicas de concebê-la. Portanto, o que está em jogo é uma certa maneira de apreender a opinião – não como uma natureza e sim como um conceito. Por outras palavras, o que está em jogo é uma determinada subjetividade que se produz com a opinião.

Foucault torna-se também aliado na medida em que nos oferece um arcabouço teórico para pensarmos as relações com as palavras, material fundamental para a projeção das opiniões. Em suas incursões pela pragmática, o autor indica como as palavras estão relacionadas a lógicas de poderes, por isso credits às palavras *poder performativo*, tomando-as em seu aspecto processual. Segundo Foucault, a palavra aciona mundos e produz efeitos sobre esses mundos. É função da palavra instaurar regimes de saberes e não apenas representá-los. A partir dessas premissas, entendemos que se a palavra é produtora, criadora e instauradora de formas de sentir e pensar, ela também deve ser tomada como elemento de um processo complexo de fala-repetição, como componente na produção das subjetividades. É neste sentido que nos encaminhamos para nossa questão central: explicar como a opinião, através de diversas interferências sócio-políticas e econômicas, torna-se contemporaneamente *palavra de ordem*, portanto está ligada a determinados poderes, e por conseguinte produz certas subjetividades.

1.1.1- O homem e a opinião como invenções

Na tradição do pensamento ocidental, o conceito de homem expressa uma idéia de interioridade e identidade. Nesse sentido, a assertiva de Foucault - o homem foi inventado – soa-nos quase inaceitável. Dizemos “quase” porque ao longo da história do pensamento filosófico, vários autores, como Kant, Hume e Espinosa, de diferentes formas também pronunciaram a auto-invenção humana. No século XIX, no entanto, Nietzsche proclama esse ideário de forma radical e eleva à enésima potência a produção do homem, afirmando finalmente que junto ao homem surge a consciência.

Criar um animal que pode fazer promessas - não é esta a tarefa paradoxal que a natureza se impôs, com relação ao homem? Não é este o verdadeiro problema do Homem?.. “Esta é a longa história da origem da responsabilidade. A tarefa de criar um animal capaz de fazer promessas... traz consigo, como condição e preparação, a tarefa mais imediata de tornar o homem até certo ponto necessário, uniforme, igual entre iguais...” (NIETZSCHE, 1988:47)

Esse novo olhar sobre o homem é aprofundado nas teses foucaultianas. Foucault fundamenta o surgimento do homem analisando a constituição do sujeito numa perspectiva genealógica¹³. O autor questiona a idéia do sujeito como um dado ou como algo preexistente. Essa preocupação percorre os três volumes do livro seminal *História da Sexualidade*.

¹³ Foucault, inspirado em Nietzsche, trabalha com o conceito de genealogia. Ao utilizar tal conceito, o autor, em última instância, queria escapar de um método que aprisionasse seu pensamento a imperativos trans-históricos. Com a genealogia, o autor pôde ultrapassar a noção linear de tempo e a concepção demarcada de causa/efeito trabalhada por uma “história tradicional”. “A genealogia não se opõe à história como a visão ativa e profunda do filósofo ao olhar a toupeira do cientista; ela se opõe, ao contrário, ao desdobramento meta-histórico das significações ideais e das indefinidas teleologias. Ela se opõe à pesquisa da “origem”.” Cf. Foucault, Michel. *Microfísica do Poder*.

Ao produzir uma quebra ou um deslocamento em seu trabalho anterior, que percorria as relações de poder-saber instauradas em determinadas “*epistémês*”, Foucault discorre principalmente a partir do segundo volume sobre as *técnicas e práticas de si*. Estas apresentarão posteriormente formas bastante singulares de projetar e pensar o sujeito. No lugar do termo *sujeito*, o autor prefere *modos de subjetivação*, que parece dar conta de um processo mais complexo de produção e invenção de si. Os modos de subjetivação estão imersos em relações cotidianas e se constituem a partir de diferentes estratos, simbólicos e/ou concretos, como a economia e a fala, os costumes e as práticas.

Foucault propõe uma tese inovadora no cenário filosófico, radicalizando o conceito de subjetivação. Este termo permite que o pensador se afaste de uma visão que entende o sujeito como essência ou dado *a priori*. Além disso, quando discorre sobre o surgimento do sujeito no panorama do pensamento filosófico, Foucault paralelamente percebe a contribuição fundamental das ciências humanas para a consolidação desse conceito. A proposta do autor é pensar para além do sujeito. Assim, procura se apartar das concepções cartesianas e kantianas que de alguma forma demarcaram toda a *démarche* do pensamento ocidental moderno. Como bem nos aponta o psicanalista Félix Guattari, “Descartes quis colar a idéia de subjetividade consciente à idéia de indivíduo (colar a consciência subjetiva à existência do indivíduo)” (GUATTARI, 1986:31) e esta equação “envenenou” toda a filosofia moderna.

Mas como o sujeito se fixa no cenário do pensamento? Segundo Foucault, para que o sujeito se consolide, diversos e sofisticados componentes como a economia, a linguagem, os valores e as verdades entram em ação. O homem é fruto de afrontamentos. E se o homem é uma invenção, podemos entender que essa invenção condiciona o aparecimento de outros elementos sociais, como a opinião individual, por exemplo. E assim como as invenções correspondem a um jogo incessante de encaixes e rupturas, tal qual nos assinala Foucault, podemos observar que as opiniões também obedecem a regimes específicos de poderes e saberes. Quando circulam no tecido social, já estão produzindo modos específicos de apreender os acontecimentos. Quando nos referimos à opinião procuramos entender de onde vêm, a quem pertence e o que pretende. A formação e a circulação das opiniões estão conectadas a fluxos sociais que colocam em disposição diversos poderes institucionais, principalmente a mídia.

Contemporaneamente, com o desenvolvimento dos meios de comunicação massificados, que funcionam como mediadores entre a sociedade, o Estado e as empresas, a opinião não é somente de um indivíduo, ela está inserida num intrincado contorno relacional. Basta observarmos que as variações do conceito de opinião em determinadas épocas apontam para a relação entre indivíduos e poderes institucionais. Até o início do século XX, assistimos à batalha pela livre expressão da opinião. Grupos políticos, movimentos organizados e sociedade civil lutavam pelo poder de opinar. Era a busca por uma opinião esclarecida e consciencial. Em meados do século XX, principalmente após a Segunda Grande Guerra¹⁴, verificamos o duelo pela manipulação das técnicas de produção da opinião, sobretudo entre os governos ditatoriais e entre as unidades que compunham conglomerados de comunicação. Hoje, a opinião muitas vezes é reduzida a sondagens e à lógica das pesquisas. Mas em todos esses momentos a opinião é condicionada a lógicas de poderes. Neste sentido, ela se torna instrumento de confronto entre interesses privados e públicos e mantém relação direta com o ambiente comunicacional.

1.1.2. Pensar por rupturas é afastar-se da representação

Foucault optou por pensar as rupturas mais do que as linhas históricas. Neste sentido, o modelo representacional, fonte de muitas correntes e diversificadas perspectivas teóricas, foi abandonado pelo autor. Curiosamente, é em suas teses que encontramos uma análise aguçada desse projeto de pensamento. Nelas, Foucault procurou, em última instância, entender as implicações teóricas da representação, apontar-lhe as pretensões e ambições. A tarefa acabou produzindo efeitos perturbadores, porque no momento em que as coisas pareciam se equiparar e se organizar a partir de pressupostos semelhantes, surgiu a *vontade* de representação. Vejamos desde o início como tudo se deu.

¹⁴ Após a Segunda Guerra assistimos a uma intensa produção tecnológica que integrou definitivamente os meios de comunicação de massa ao campo social. Essas tecnologias e os novos meios comunicacionais modificaram drasticamente os regimes de signos, práticas cotidianas e as estruturas cognitivas do coletivo.

Segundo Foucault (1984), a tendência da semelhança marcou todo o século XVI. Organizar os símbolos, conhecer as coisas sob uma ótica imitativa teve como consequência o aparecimento não só do conceito de representação, mas também de uma mentalidade que se encantava pela similaridade. Havia uma certa atração pela polivalência, como se todo o universo estivesse “enrolado sobre si mesmo”, afirma o autor (FOUCAULT, 1990: 63). As coisas se equivaliam: o número de peixes no mar, as estrelas do céu e as diversas criaturas que circulavam na terra obedeciam às mesmas regras de conveniência representativa.

O conceito de analogia foi retomado nesse período. A partir dessa palavra-chave, que de acordo com Foucault fora muito empregada na Idade Média, deu-se a sustentação necessária à idéia de representar. O termo analogia, que significa buscar o semelhante, permitiu aproximar dimensões diversas a fim de produzir equiparações. Encontramos a analogia em diversos estudos. Nas concepções modernas sobre a imagem, por exemplo, o termo analogia foi intensificado, pois muitas correntes ainda concebem a imagem como cópia ou representação do real¹⁵.

¹⁵ Um dos primeiros autores a pensar a imagem como cópia foi Platão: “Chamo de imagens em primeiro lugar as sombras, depois os reflexos que vemos na águas ou na superfície de corpos opacos, polidos e brilhantes e todas as representações do gênero”. Cf. Chauí *Convite à Filosofia*. O modelo representacional entra em colapso principalmente em movimentos artísticos como o surrealismo. Magritte, Dali e Miró pintaram as possibilidades da imagem e não aquilo que ela podia representar. Cabe a pergunta: será que a imagem deixou de ser concebida como representação do real?

De fato, o modelo representacional demarcou muitas correntes teóricas do pensamento ocidental. E foi dele que Foucault se distanciou. Preocupado com a relação entre palavras e coisas, o autor produziu uma tese inovadora, incompatível desde a origem com o princípio da analogia. Basta verificarmos os questionamentos que impulsionaram seu plano teórico: será que palavras e coisas se relacionam por uma afinidade representacional? Mas como aproximar palavras e coisas se há entre essas séries uma certa *diferença de natureza*? Em resposta a estas perguntas, Foucault assinalou que o que se vê não pode simplesmente ser reproduzido no que se diz. Entre o que se vê e o que se diz, encontra-se um abismo. No entanto, esse abismo não coloca em xeque as relações de captura entre essas duas dimensões. A conexão entre palavras e coisas se efetiva, assim, como problema filosófico¹⁶ sobre o qual Foucault se deterá.

A tese da teoria da representação de certa forma ignora essa conexão, visto que tende a desconsiderar as interpelações misteriosas entre palavras e coisas. Por isso a necessidade de se perguntar: é possível que as palavras representem as coisas? O que são as coisas? Qual a sua natureza? O que querem as palavras? Estas interrogações norteiam o pensamento foucaultiano, segundo o qual as coisas estão imersas numa infinidade material e em espaços-tempo singulares. Para designá-las em sua singularidade, deveria haver também uma infinidade de palavras. Isso se revela impossível, visto que as palavras são finitas e as coisas infinitas.

¹⁶ As regras inerentes que garantem esse processo de mútua captura são tracejadas no trabalho *As palavras e as coisas* em que o autor produz sua pesquisa arqueológica. Como suas teses ultrapassam o objetivo de nosso trabalho, optamos em apenas apontar o conceito de representação como lugar de destaque para a compreensão do termo opinião.

Questões assim só puderam ser formuladas adotando-se um processo de pesquisa que incluísse esquivas e um olhar acurado sobre o modelo representacional. Foi traçando seus limites, identificando os contornos que empreende e distanciando-se de seus pressupostos que se evitou buscar as supostas continuidades e universalidades dos acontecimentos. Nesse sentido, a pesquisa arqueológica¹⁷ se mostrou fundamental, justamente para assinalar interpelações entre os estratos. A arqueologia, como prática de pensamento, procura colocar em dispersão os conceitos, as coisas, as vontades, concebendo-os a partir de redes de saberes.

Se levarmos até as últimas consequências o projeto de Foucault, veremos que a representação, que sempre impulsionou o projeto filosófico ocidental, perseguiu as estabilidades, os equilíbrios e a duração dos acontecimentos. O que o autor nos apresenta de novo é a possibilidade de entendermos a história a partir de suas rupturas, de suas instabilidades. Foucault procura desvincular análises do pensamento de uma lógica representacional. É esta mesma lógica que participa da história *oficial* da opinião e de sua busca por uma linearidade. Essa história procura entender a relação com a opinião a partir de seu desenvolvimento social, ou seja, de suas estabilidades representativas: a opinião como elemento de disputa entre poderes, a opinião como fruto de uma natureza de um indivíduo, também ele natural.

¹⁷ Foucault empreende o projeto arqueológico no livro *Arqueologia do Saber*, o que representa uma reviravolta em sua obra. Com essa ferramenta teórica o autor mostra como alguns termos como sujeito, a linguagem e um certo número de conhecimentos científicos são produzidos a partir de conexões que, necessariamente não obedecem a uma continuidade e a totalização históricas. Ele se coloca contra uma teoria do geral, na medida que procura correlacionar os conceitos às estruturas sociais.

Estabelecemos com o pensamento de Foucault uma aliança, ancorada sobretudo na relação foucaultiana da auto-produção entre os poderes e saberes. Ao adotá-la, o autor dispensa qualquer possibilidade de entender a *formação das mentalidades* a partir de determinadas naturezas conceituais. Antes de se perguntar o que é um conceito, Foucault se pergunta o que faz um conceito, e que relações esse conceito agencia. Essa nova postura torna-se fundamental para o nosso trabalho, pois para além da pergunta sobre o que é a opinião, gostaríamos de questionar o que pode uma opinião.

A partir de Foucault, nos inspiramos a considerar a opinião como um conjunto de agenciamentos entre domínios diversos (religião, comunicação, ciência e práticas cotidianas), que estão alocados num eixo de interferências mútuas, deslocamentos imprevisíveis. Por isso entendemos que rastrear a dispersão e as rupturas desse conceito torna-se premente. Perscrutar a opinião em seus desdobramentos, em caminhos pouco óbvios ou invisíveis, naquilo que está “abaixo dos icebergs”, é fundamental.

As palavras que compõem a opinião são proferidas em discursos de discursos que se espriam pelo tecido social numa articulação mútua, numa produção ininterrupta. Neste sentido, o modelo representacional, mostra-se caduco na medida que não consegue demonstrar essas capturas entre as opiniões e os importantes momentos de irrupção das opiniões.

De fato, temos que considerar que o modelo representacional não aprecia o aspecto molecular dos acontecimentos. Assim, Foucault sugere ainda uma releitura sobre as palavras. Elas não seriam apenas expressões que traduzem uma realidade compartilhada¹⁸. As palavras instaurariam mundos, produziriam atos e formas de observar os acontecimentos.

¹⁸ Os estudos de Austin e Searle apontam para esta característica produtora das palavras.

Em artigo esclarecedor intitulado *O globalismo como neobarbárie*, o professor Muniz Sodré salienta que a palavra não é apenas nominativa, mas, ao contrário, é instauradora. Para ilustrar esse caráter fundador da palavra, o autor atenta para o termo globalização, que deve ser tomado em sua instância produtora, e não como expressão simplesmente representativa. Porque essa palavra não aponta, como muitos autores recomendam, para um ideal homogêneo, em que as diferenças sociais e econômicas estão abolidas. Segundo Sodré, como todo conceito semântico, a chamada globalização também implica um modo específico de apreender o mundo sensível, pois as palavras são produtoras e não apenas reflexos das coisas. O professor explica:

Quase sempre se achou que a linguagem refletia uma realidade *a priori* e que os discursos organizavam os “reflexos”, com vistas à comunicação, à compatibilidade. Hoje, todavia, fica bastante claro que a linguagem cria, mais do que reflete, a realidade. Em outras palavras, não é apenas designativa, mas principalmente produtora de realidade (SODRÉ, 2000:22).

Esse é um elemento que importa para o nosso raciocínio. As palavras não designam as coisas nem, contudo, são refratárias a elas. As palavras são produzidas por agenciamentos e práticas cotidianas. Também assim as opiniões se constituem, como elementos de uma série de outros elementos, que advêm de práticas concretas. Como desamarrrar esse emaranhado de elementos? Mais adiante proporemos um exercício de análise com esse propósito. No entanto, desde já gostaríamos de reafirmar que nosso intento é, a exemplo de Foucault, afastarmo-nos da representação, produzirmos, em última instância, novas interseções com a opinião.

1.2. Da Opinião ao Público, uma relação de complementaridade

Com o surgimento das ciências humanas, o termo opinião se amplia, torna-se polissêmico. O estudo da opinião passa a se situar na convergência de campos tão diversos como o da psicologia social e o das ciências políticas, incluindo ainda o marketing, a estatística, a história e a sociologia. Em todas essas perspectivas, o termo resiste a definições objetivas e consensuais, posto que a opinião conserva um caráter processual, de algo que é

provisório, está em constante desenvolvimento. Essa instabilidade essencial é ainda mais reforçada quando o termo se acopla ao conceito de público.

Os dois conceitos, de público e de opinião, diferenciam-se em alguns aspectos. Público demarca uma característica coletiva, enquanto opinião insere uma dimensão individual. No entanto, esses termos funcionam em complementaridade na expressão “opinião pública”. Segundo o sociólogo Gabriel Tarde (1992), para explicarmos o conceito de público, recorreremos corriqueiramente a toda tradição grega e ao termo *polis*. Mas não há palavras em latim ou grego que correspondam contemporaneamente ao que entendemos por público.

Tarde afirma que as relações travadas entre os componentes do público se empreendem a partir de uma certa “afinidade espiritual”. Estamos reunidos pela informação dos jornais, pelas opiniões que proferimos (ou repetimos) sobre os assuntos, mas podemos estar em nossas casas. Essa afinidade não rejeita outras modalidades de relação, já que também lemos os jornais fora de casa e comentamos as notícias no ambiente de trabalho. O que Tarde assinala é um novo fenômeno social em que a informação se torna amálgama dos indivíduos, que passam a se relacionar a partir da troca de idéias e opiniões. Neste sentido, o termo opinião está inexoravelmente relacionado ao de público, pois o que liga as pessoas são as idéias e é através da opinião que as relações entre elas se efetivam.

Quando emprega o termo “público”, Tarde se refere a um aglomerado social passivo e, por este motivo, facilmente manipulável. O público é o contrário da multidão, é definido pelo autor como um aglomerado pouco organizado por contratos sociais. A multidão, por sua vez, surgiria a partir do disperso, das diferenças entre paixões e objetivos. Seria um aglomerado de pessoas reunidas num espaço, de forma anônima. Podemos afirmar que o público prescinde desse espaço físico, enquanto a multidão depende dele para se configurar. Tarde analisa:

A multidão, agrupamento mais natural, está submetida às forças da natureza; depende da chuva ou do bom tempo, do calor ou do frio; ela é mais

freqüente no verão do que no inverno. Um raio de sol a reúne, uma tempestade a dissipa (TARDE, 1992:38-39).

Curiosamente, autores contemporâneos como Antonio Negri (2000) propõem o retorno às multidões, numa tentativa de pensar de forma ativa a relação política impetrada por esse aglomerado social¹⁹. Se o conceito de público implica uma passividade, já que é um feixe entre a imprensa e os bens simbólicos, a multidão, de modo singular, estaria a cabo de romper com essa apatia. Ao produzir relações provisórias, respeitando, como aponta Tarde, as leis da natureza, a multidão teria mais força, seria mais intensa. Parece-nos, contudo que a concepção de público se acopla intensamente ao mercado. Público é aquele que consome, tanto bens simbólicos, como a informação, quanto mercadorias. Por esse motivo Tarde utiliza o termo “clientela flutuante” para designar esse aglomerado de pessoas que não se tocam.

No que se refere à diversificação das relações sociais, há toda uma mudança de paradigma implícita no conceito de público que não pode escapar a nossa análise. Como Maria João Silverinha (1998) sustenta em *Opinião Pública*, o termo público pode ser ramificado em três eixos principais: social (uma forma de relacionamento entre os pares de um campo social); político (instrumento ligado às conquistas democráticas) e pessoal (uma atitude cognitiva). Por isso o advento do público, como categoria social, vai propor em primeira instância uma nova forma de sociabilidade. Os meios de comunicação, que irão intermediar as relações entre os públicos, também ampliarão as possibilidades de conexão entre eles, ultrapassando as demarcações físicas ao introduzir o contato de caráter simbólico e imaterial. De forma mais veloz, esses meios permitirão ainda que se produzam as *correntes de*

¹⁹ Negri define a multidão a partir de uma perspectiva ontológica. Para ele, a multidão é o nome de uma imanência, de um conceito de classe e de uma potência. O autor afirma: “a multidão não pode ser apreendida ou explicada em termos contratualistas (por contratualismo entendo menos uma experiência empírica do que a filosofia transcendental da qual é tributária).” Em termos gerais, Negri credita à multidão uma força revolucionária que, nas relações com o público, povo ou massa, estaria muito dissolvida. A multidão seria por esse motivo um aglomerado não representável e por isso mesmo libertário, produtor de uma resistência à obediência do público. A multidão sobrevive das singularidades, dos movimentos, das rupturas e da auto-organização. Cf. NEGRI, Antonio *Por uma definição ontológica da Multidão* p. 17.

opinião, (ESTEVES,2003:45), que fariam da opinião pública um elo comum entre membros de um mesmo grupo.

Quando os termos opinião e público se associam, formando a expressão opinião pública, aparecem as primeiras pesquisas, no início do século XX,²⁰ que irão sistematizar as novas formas de sociabilização dos públicos. As investigações acerca da opinião pública datam de diferentes épocas e têm diferentes ênfases. Autores como Toqueville e Tönnies não descartaram o papel da imprensa, muitas vezes decisivo, no rearranjo dessas novas configurações sociais. Entre elas, emerge em diferentes contextos a sociedade de massa. Em termos gerais, a massa pode ser concebida como um aglomerado social que mantém laços sociais frágeis e variáveis.

O que se concebe como sociedade de massa ainda hoje é controverso, pois o termo é aceito apenas no âmbito dos estudos da comunicação²¹. No artigo *A massa, o público e a opinião pública*, Blumer destaca três importantes características da massa: 1. os componentes da massa são originários de qualquer profissão e/ou categoria social; 2. os indivíduos são necessariamente anônimos e promovem múltiplas vinculações; 3. há na massa uma interação com poucas trocas de experiências, já que as relações são fracas e se dissolvem com facilidade. (BLUMER,1971:178) Esteves acrescenta que esse novo grupo também propõe uma nova forma de se relacionar e explica:

A sociabilidade de massa é resultante do processo de desenvolvimento das sociedades modernas, em particular dos fenômenos urbanos e industrialização em larga escala; caracteriza-se, além do seu aspecto físico, também por uma dimensão simbólica, que é primordial para a compreensão de todas as questões relacionadas com as transformações do espaço público (ESTEVES, 2003:43).

Toqueville temia que a sociedade de massa, cuja base é a democracia e o seu princípio igualitário, viesse a promover homogeneidade em excesso. Curioso esse temor, já que hoje é

²⁰ No Brasil, as primeiras pesquisas de opinião foram efetuadas pelo Instituto Gallup, há cerca de 70 anos atrás.

²¹ Algumas linhas teóricas de historiados marxistas não aceitam o termo *massa* e reclamam o conceito de *classe*.

comum nos referirmos à democracia como uma *tiranía travestida*. Vale lembrar a advertência de Nelson Rodrigues quanto aos perigos da concordância geral, quando profere que “toda a unanimidade é burra”. Parece que o ponto de partida e chegada das sociedades de massa, ou das sociedades intermediadas pelos meios de comunicação, é a conformidade.

A massa também é motivo de preocupação para Ferdinand Tönnies. Segundo Maria João Silverinha (2004), Tönnies irá se inspirar nas teses tardeanas de que o público é uma coletividade espiritual para conceituar três tipos de opinião: opinião publicada (opinião do indivíduo que pode ou não corresponder às suas opiniões privadas), opinião pública (opinião de muitos) e opinião do público (existe enquanto entidade teórica).

Essas três modalidades da opinião funcionam com diferentes graus de coesão social, que o autor descreve amparado em metáforas. A primeira delas é a opinião *líquida*, referente a opiniões parciais e transitórias: sobre as prostitutas, sobre a câmara dos vereadores, situações econômicas em geral. A segunda, opinião *gasosa*, seria a opinião efêmera, que aparece e desaparece em função de determinadas contingências. E a terceira, opinião *sólida*, seria aquela representativa de um público que tem idéias e faz conjecturas.

Tönnies acredita que a luta pelas opiniões numa esfera pública se dê entre esses eixos e que a opinião pública é um instrumento real de manipulação. A opinião do público é para o autor um conceito teórico e normativo, na medida em que é expresso pelos veículos de comunicação. Já a opinião pública e a opinião publicada emergem de uma experiência concreta, de uma vontade social efetiva (SILVERINHA, 2004: 427-429).

Nem Tocqueville nem Tönnies negam o papel despótico dos veículos de comunicação na manufatura das opiniões. A opinião se define como um grupo de juízos. Os autores acreditam que há uma impossibilidade, por parte das instâncias comunicacionais, dos jornais impressos e meios radiofônicos, em gerar juízos reflexivos e não estereotipados. Ainda segundo Silverinha, Tönnies questiona o papel dos meios de comunicação:

Quanto aos jornais, Tönnies considera-os fundamentais como expressão de idéias e como veículos de informação. Mas, como outros do seu tempo, considera que é preciso reformar a imprensa, separando-a dos partidos políticos e da publicidade, para que, em vez de se limitar a constituir-se como instrumento de persuasão e influência da opinião pública, seja a sua forma de expressão (idem: 429).

A partir do século XVIII, criam-se precedentes para a apropriação da opinião pública de forma ideológica, como máquina de produção de sentido. No século XIX, então, a opinião se torna uma ferramenta importante das elites. Neste período vemos crescer o desejo de mensurar e quantificar as expressões de opinião a partir de métodos científicos, isentos e imparciais. Essas pesquisas, sondagens e elaborações de estratégias de medição garantiram muitas vezes o próprio funcionamento da imprensa, que, de posse de dados e estatísticas, agiam, conduziam e induziam os discursos sociais num *ritornelo* auto-referente.

1.2.1 Público versus individual

Considerando-se o que foi visto até aqui, podemos afirmar que, dada a diversidade de campos que compõem a opinião pública, há um grande número de significados implícitos nesse conceito. Com o surgimento da imprensa, por exemplo, surge um novo olhar sobre o público. A imprensa garante não somente uma circulação veloz das trocas entre os grupos, mas também uma certa *mudança de mentalidade*. A partir desse recurso, o público passa a ser entendido como uma entidade superior ao somatório de diversas opiniões subjetivas. A palavra público adquire dimensão conceitual e coexistência apartada do indivíduo. Muito se deve aos estudos das ciências humanas, que legitimaram a fronteira entre o individual e o social. A partir dessa cisão, foi possível produzir saberes tão específicos como o da psicologia e da sociologia, por exemplo. A separação das disciplinas, por seu turno, garantiu a compreensão do conceito de indivíduo como interioridade e unicidade e o conceito de social como exterioridade e heterogeneidade.

Diante da problemática da cisão entre indivíduo e público, a pensadora Agnes Heller (2004) propõe algumas definições. A pensadora não se detém no conceito público, mas

propõe algumas distinções entre o *self* e o coletivo, distinção que permanece intensamente nos estudos sobre a opinião pública. Segundo Heller, de acordo com o grau de integração entre os indivíduos e os grupamentos sociais, há três formas de relação possíveis: *indivíduo e sociedade*, *indivíduo e grupo* e *indivíduo e massa*.

Quanto ao vínculo existente entre o indivíduo e a sociedade, Heller afirma que há um alto nível de integração. Tal vínculo diz respeito a comunidades que partilham os mesmos interesses, constroem suas regras, compartilham seus valores conjuntamente. Nesse tipo de conexão, existem contratos que evidenciam uma certa *organicidade* entre seus componentes. Há uma articulação intrínseca sustentando esses aglomerados, pois eles são constituídos e concebidos por relações de proximidade, por pertencimento aos mesmos ideais (HELLER, 2004:67). Essa relação pode apontar para os movimentos sociais, por exemplo, que constituem uma sociedade a partir de valores comuns.

Já a relação entre indivíduo e grupo se dá por uma certa *casualidade*. A rua em que o indivíduo mora, a escola que frequenta e a sua profissão colocam-no, por exemplo, em relação casual com outros indivíduos, o que o torna integrante de um determinado grupo social. Mas é flagrante nessa relação um princípio de dispersão, concebido e estimulado por movimentos externos (Idem:68). O remanejamento de uma fábrica de um local para o outro, por exemplo, acarretará a dissolução dos grupos que ali se constituíram. Por outro lado, na nova localidade provavelmente serão formados outros grupos. Além da relevância desses fatores externos, a relação entre o indivíduo e o grupo não é unilateral, ou seja, ele escolhe e acolhe outros grupos, de acordo com seus interesses: o time de futebol, por exemplo.

A relação com a massa é mais complexa, pois “sociedade, classe, grupos, estamento, comunidade, etc, são efetivamente categorias de uma esfera homogênea de estruturação da sociedade; ao contrário, a relação entre indivíduo e massa é heterogênea”(Ibidem:69). Segundo a autora, a massa é um tipo de agrupamento social que supõe uma heterogeneidade

de interesses. Portanto, a relação do indivíduo com a massa se concebe por uma pluralidade de interesses, e muitas vezes esses grupamentos se reúnem a partir de contextos divergentes. Um incêndio ou uma manifestação qualquer, por exemplo, podem originar uma aglomeração maciça, portanto a massa se integra a partir de uma certa ação comum, ou mesmo motivada por uma *casualidade*. Ambas as situações estariam produzindo um aglomerado amorfo, mas por interesses distintos. A diferença entre a causalidade do grupo e da massa residem nas condições de integração e na duração dessa integração. A massa, segundo Heller, não parte de uma estruturação social, ela é dispersiva e suas relações são fragilizadas por essa dispersão. A autora aponta as diferenças entre grupo e massa:

Para a massa, para a multidão, o interesse e a finalidade comuns, a função comum, não são características necessárias na mesma medida em que são para os grupos sociais estruturados... um grupo ou uma comunidade jamais pode ser uma “massa”, pois está sempre articulado e estratificado, ao passo que na ação comum a massa pode perfeitamente aparecer não-estratificada e não-articulada (HELLER, 2004:69).

O que a autora parece nos indicar são os graus de intensidade a que estão expostos os indivíduos nas suas relações de integração. E que também existe uma certa diferença de objetivos inerentes à atitude de se integrar. O que permanece nas teses dessa pensadora marxista é ainda a delimitação entre o indivíduo e o social. Mas o interessante dessa demarcação é certamente a complexa relação que o indivíduo terá com a massa. Esta, pelo viés marxista clássico, é desprovida de consciência e, por conseguinte, facilmente manipulável.

Decerto que os grupamentos apontados por Agnes Heller podem nos indicar como, nas sociedades pós-industriais, os laços sociais se complexificam. No entanto, a demarcação clássica entre indivíduo e coletividade se apresenta de forma determinista. Como nos apontava Foucault (1984), as idéias e os conceitos emergem de uma intrincada relação de poderes que conduzem à formação dos saberes. Portanto, o indivíduo e o social se constituem simultaneamente, mutuamente, e sempre ligados a elementos complexos de saber-poder.

A maior parte dos estudos sociológicos e psicológicos tomam como referência essas características - social e individual – como esferas de pesquisa *a priori*. Também os estudos que se dedicam a apreender o conceito de opinião delimitam estas mesmas zonas. Como afirma Augras (1974), existem dois níveis do conceito de opinião pública: um nível individual, que se confunde com a atitude do sujeito; e um nível coletivo, em que a opinião aparece ligada a uma tendência política, como às deliberações das assembléias, e às realizações dos cidadãos em geral. Daí decorre uma característica controversa da opinião pública. Ela é opinião que advém de um indivíduo, ao mesmo tempo em que representa um coletivo.

Nosso trabalho consiste em entender a opinião e a opinião pública sem, contudo, recorrer à delimitação radical entre o individual e o socialmente partilhado. Para tanto, recorreremos ao sociólogo Gabriel Tarde, que propõe uma nova e instigante forma de pensar o social, a saber, por propagação e não por organização. Por isso Tarde procura definir o público, como já apontamos, através de dois eixos conceituais: dispersão física e ligação de caráter simbólico. Sendo assim, para o pensador, os vínculos entre os componentes de um agrupamento são pré-individuais e concebidos a partir de fluxos imprevisíveis e instáveis, como explicaremos no próximo capítulo.

Tarde credita à comunicação um poder simbólico de vinculação, na medida em que ela integra os componentes de um grupo sobretudo a partir da opinião pública. No público, as idéias, as convicções coletivas são sustentadas por esse complexo campo dos *mass media*. E as perspectivas coletivas são retroalimentadas pela potência dos meios de comunicação. Assim, a comunicação seria para o público o lugar da formação dos argumentos racionais e dos projetos comuns.

O mesmo autor afirma ainda que o público é uma instância coletiva, ligada apenas por um *caráter espiritual*. Para Tarde, o público é mais evoluído que a multidão, já que esta se

relaciona a partir de questões concretas, como o próprio espaço físico. Segundo ele, o ambiente físico e o contato corporal entre os componentes de um grupo são fatores irrelevantes para o público, já que neste aglomerado as relações se efetivam de forma simbólica (TARDE, 1992:57).

Nessa perspectiva, o conceito de público deve ser visto acima de tudo como inserido num processo de construção de relações sociais. Por isso a posição funcional do indivíduo se constrói a partir de fluxos imitativos-inventivos, de propagações que funcionam delimitando os espaços públicos e privados, segundo Tarde. No entanto, essas delimitações não são produzidas por uma *natureza* individual ou social.

Na perspectiva clássica, quando o conceito de público se consolida assim – como aquilo que se diferencia do indivíduo e como aquilo que sociabiliza - os espaços e papéis sociais se constituem a partir dessas duas esferas: o público e o privado. Nesse momento, público e privado recebem igualmente dimensão conceitual. E a concepção de opinião pública depende dessa cisão, na medida em que é tomada como conceito da sociologia e da psicologia.

2. Formação da opinião

A cisão entre as esferas públicas e privadas nos incitam a questão: como entender a formação da opinião? Que elementos realmente a compõem? A literatura americana sobre o assunto é muito fértil. Autores como Harold Chilles e Walter Lippman se preocuparam em entender a formação da opinião considerando momentos políticos específicos, em que as massas se insurgiram contra um poder estabelecido ou quando as propagandas provocaram repercussão social, inventando novas formas de pensar os acontecimentos. Esses trabalhos foram concebidos no início do século XX, momento em que as pesquisas de audiência estavam sendo elaboradas. Neste período, a opinião aparece como dado estatístico e identificador de determinados grupos sociais.

A pesquisa americana certamente se destaca nesse cenário. Também denominado Modelo Empírico ou pesquisa administrativa, ela comporta um número expressivo de diretivas metodológicas e um conjunto vasto de autores. A questão central desse viés administrativo é entender como a mídia constrói determinadas realidades sensíveis. O tema surge no início da década de 30 nos Estados Unidos, mais precisamente em Chicago, e está diretamente relacionado ao crescimento exponencial dos meios de comunicação, que então se destacava em escala global. Num período tão conturbado, quando os desequilíbrios sociais se agravavam por conta de pequenas e grandes guerras, a comunicação despontava como campo estratégico de poder e saber. Portanto, neste contexto, questões relativas a “o que a mídia faz às pessoas” e “o que as pessoas fazem com a mídia” tornaram-se referenciais para os estudos.

Essas questões refletiram durante muito tempo uma tendência “midiocentrista”²² desdobrada em duas correntes de pesquisa: uma que considerava a mídia como referência despótica das relações cotidianas, e outra que depositava nos meios de comunicação a chave para a consolidação das democracias. Ambas atribuíam à mídia um papel fundamental na produção e circulação dos fluxos sociais, portanto, resguardadas as distinções essenciais, as duas correntes concebiam a mídia a partir de suas influências. A diferença crucial entre esses modelos teóricos residia nas formulações de seus problemas. A pesquisa americana apontava para uma análise empírica, enquanto a européia adotava uma análise crítica. Breton esclarece:

A partir dos anos 40, e durante quase vinte anos, os conhecimentos sociológicos referentes aos fenômenos da mídia vão, assim, cristalizar-se em torno de duas grandes correntes. A primeira essencialmente crítica e articulada em torno de reflexões sobre a “cultura de massa”, é mais filosófica e especulativa; ela se vale das grandes tendências da sociologia européia do final do século XIX que descrevem a passagem da sociedade tradicional para a era da modernidade e da “sociedade de massa”. A segunda corrente centra-se no estudo empírico das “comunicações de massa” e tende, por meio do recurso aos cânones da pesquisa positiva e da análise dos resultados de enquetes sistemáticas, a desmistificar a crença na idéia de uma “onipotência da mídia.”Essa dupla leitura da realidade – crítica e empírica – vai portanto estruturar de maneira dominante o campo de estudos das comunicações de massa até o final dos anos 50 (BRETON, 2002:129-130).

²² Termo cunhado por Breton no livro *Sociologia da Comunicação*.

Como se vê, o cenário intelectual no início do século XX se dividiu em dois eixos principais: de um lado, os americanos e suas pesquisas de cunho empírico, advindos da Escola de Chicago; de outro, separados também por distâncias continentais, os alemães da Escola de Frankfurt com suas preocupações centradas nos processos de industrialização das culturas. As diferenças eram muitas e intensas entre esses dois campos de estudos. Os alemães, inspirados em teses marxistas, denunciavam o *papel persuasivo e manipulador* das mídias em relação às massas alienadas. Já os americanos apresentavam os primeiros ensaios sobre *os efeitos* das mídias em relação a determinadas comunidades. Estes últimos compreendiam como os meios de comunicação trabalhavam na formação da opinião pública e se sagraram como modelo crítico à problemática levantada pelos europeus. A separar fundamentalmente as duas correntes, estava a postura crítica ou adesista frente aos meios de comunicação. Na Europa encontramos as primeiras denúncias do papel manipulador da mídia e na América as primeiras pesquisas com cunho mercadológico sobre os veículos de comunicação.

A elaboração dessas pesquisas promoveu a circulação de discursos sobre a mídia e confirmou o papel, muitas vezes decisivo, dos meios de comunicação em relação às comunidades. Tanto os americanos quanto os europeus conceberam suas teorias sob a ótica da influência dos meios de comunicação. No entanto, o Modelo Empírico modificou o paradigma do campo comunicacional ao afirmar que essa influência não se efetivava de forma definitiva e manipulatória, mas sim de forma gradual, a fim de alterar a relação dos indivíduos com os assuntos noticiados.

Nessa arena de debate constante, destacam-se os trabalhos de McCombs e Donald Shaw, que em 1972 desenvolveram, com certa originalidade, uma das mais vastas pesquisas empíricas sobre os meios de comunicação. Shaw e McCombs evitaram pensar a mídia como um poder tirânico, sem, no entanto, desconsiderarem seu poder de influência, de interferência

na construção de realidades. Esse entrecruzamento produziu o que se denominou de *Hipótese da Agenda Setting*.

A tese do agendamento sustenta que a mídia *pauta* as conversas interpessoais e que os jornais, as rádios, as televisões *sugerem* assuntos. Nesta perspectiva, a mídia é entendida a partir de dois eixos: no primeiro, ela procura tematizar os assuntos sociais a partir de uma agenda própria; no segundo, ela cria uma hierarquização dos temas, define o que é mais importante discutir. Sob essas duas leituras, a mídia passa a representar uma certa realidade social resultante de um mecanismo de repetição e exposição (BRETON, 2002:152).

Vejamos como a tese do *agendamento* funciona. Nas pesquisas de Shaw e McCombs, a mídia é apresentada como modificadora da realidade social, podendo transformar o ambiente em que circulam as opiniões. Não há como ditar a opinião de forma determinista, mas como agendar o que se diz. Essa tese vem ao encontro de nossas preocupações, pois, como apontaremos mais adiante, a *palavra de ordem* circula num determinado regime de signos e sob determinadas condições. O cerne da palavra de ordem é a repetição, repetição de dizeres de outros dizeres, como explicaremos no último capítulo.

De volta ao *agendamento*, o processo obedece a algumas regras de interatividade. De um lado, há uma agenda pública de interesses, relativos a um conjunto específico de pessoas. De outro, encontra-se uma agenda da mídia, que atende alternadamente a interesses privados e públicos. A agenda pública é caracterizada pelas opiniões e juízos que advêm de determinados grupos sociais, já a agenda da mídia é determinada pelos meios de comunicação. Há um mútuo processo de captura entre essas agendas. No entanto, as forças não são homogêneas. A agenda midiática muitas vezes tem mais poder de enunciação, age mais rapidamente e atinge um número expressivo de indivíduos. A agenda pública pode interferir na agenda da mídia, mas de forma gradual e paulatina, produzindo terrenos férteis para o assunto virar notícia.

No Brasil, podemos apontar um caso concreto de interferência da agenda pública na agenda da mídia, o Movimento Sem Terra. Historicamente, sabemos que os meios de comunicação brasileiros sempre estiveram em poder das oligarquias familiares²³, fator que constituiu uma mídia muitas vezes voltada para os interesses das elites. Nesse sentido, os discursos circulavam numa estreita relação entre a repulsa pelos anseios do povo e o elogio às organizações governamentais. No entanto, segundo José Arbex Jr:

Se a mídia não tem poderes ilimitados de “criar” notícia, tampouco pode permanecer indefinidamente infensa aos fatos. Há fatos que por sua força, acabam se impondo como notícia, às vezes contra a vontade de determinado veículo ou dos oligopólios em seu conjunto (ARBEX, 2001:133).

O Movimento Sem Terra não escapou a essas regras inerentes ao campo jornalístico, mas virou um “movimento noticiável” a partir de conquistas próprias. Era comum lermos nas manchetes²⁴ dos diversos veículos de comunicação: “MST *invade* mais uma fazenda”, ao invés de “MST *ocupa* mais uma fazenda”. O termo *invasão*, que substituiu corriqueiramente *ocupação*, denotava o tom preconceituoso da mídia com relação ao movimento. Ao ganhar espaço na *agenda pública*, ou seja, nas discussões interpessoais, o MST acabou forçando sua incorporação pela *agenda da mídia*, o que não significa que os termos foram modificados e os preconceitos minimizados.

Já a agenda da mídia age com mais rapidez e de forma mais direta, mesmo que ela esteja sendo agendada por outrem. No caso das CPIs sobre o mensalão²⁵, podemos pensar essa questão concretamente. Em recente artigo de Luciano Martins Costa, *A imprensa, na*

²³ Para apontar alguns exemplos: família Rodrigues e família Marinho, junto com Chatobriam no início do século XX detinham mais de 70% dos meios de comunicação. Cf. Barbosa, Marialva (mimeo).

²⁴ A título de ilustração, tomamos como referência duas matérias de diferentes revistas, Época e Veja, que apresentam o MST utilizando termos pejorativas e pouco explicativos. Na revista Época de 7 de julho de 2003, encontra-se a seguinte manchete: *MST – Os filhos querem a revolução*. No decorrer de nove páginas, a publicação apresenta o movimento utilizando muitas imagens de trabalhadores protestando. Isoladas do contexto da matéria, constam falas soltas num *box*. O recurso serve para ressaltar supostas declarações de que os filhos dos sem terra querem o socialismo. Na revista Veja, outra matéria pode ser averiguada no dia 18 de julho de 2003. O texto discorre sobre o líder do movimento, José Rainha. No interior de um *box*, lê-se: “Em maio, membros do MST invadiram o Engenheiro Prado, em Pernambuco, e colocam fogo nas casas e máquinas”. Esses são alguns exemplos de falas que produzem sem dúvida uma imagem do movimento sem terra.

²⁵ No terceiro ano do governo Lula, o deputado Roberto Jefferson acusou um número considerável de parlamentares de estarem recebendo do Partido dos Trabalhadores e do próprio governo dinheiro para votarem a favor dos projetos governamentais. O caso ficou famoso e foi denominado “Mensalão”.

superfície da lama, publicado no site do programa *Observatório da Imprensa*, o jornalista acusa:

A imprensa não se moveu em busca da nova pista, limitando-se, quando muito, a citar a frase do deputado sobre a extensão tucana do lamaçal, abandonando o fio que poderia nos conduzir ao miolo da meada da corrupção (COSTA, acesso 05 julho de 2005).

Costa prossegue afirmando que a mídia não poderia estar a reboque da agenda proposta pelo parlamentar. Segundo o jornalista, era Roberto Jefferson quem estaria pautando as matérias da imprensa, pois esta, ao invés de investigar a veracidade das denúncias do deputado, publicava imediatamente cada acusação proferida, tratando-nas como se fossem verdades acima de qualquer suspeita.

O agendamento é um processo recíproco de enlace entre o campo social e a mídia. No entanto, ele se forma a partir de dois vieses: um tema proposto pela mídia (assuntos que estarão nas conversas dos indivíduos) e uma hierarquização temática (assuntos que são relevantes) (FERREIRA, acesso julho de 2005) Assim, não é qualquer assunto que passa pelo crivo da *noticiabilidade*. Para ser noticiável, um tema deve ter uma orientação específica, por parte da agenda da mídia ou da agenda pública.

Apesar da argúcia de suas teses, a *Agenda Setting* parece não dar conta de todas as facetas do problema em questão. Pois agendando não se induz de alguma forma a uma temática? Como pensar a mídia apenas como um enunciador possível nos processos de formação da opinião? O *mass communication research*²⁶ procurou abordar essas questões a partir da constatação de que a mídia assumia, principalmente no pós-guerra, papel estratégico na delimitação das temáticas relacionadas à sociedade de massa.

²⁶ Num breve panorama, podemos destacar que desta corrente surgiram outras, tais como a Teoria dos Efeitos (Teoria Hipodérmica), alicerçada no binômio estímulo-resposta, que tomava os meios de comunicação como onipotentes no processo de produção social; a Teoria Funcionalista, que adotou uma linha sociopolítica, visando entender a dinâmica da comunicação no campo social; a Teoria dos Efeitos Limitados (Two-Step Flow), que tentou mostrar que os indivíduos não podem ser responsabilizados pelos efeitos da publicidade; os estudos de Kurt Lewin sobre o fenômeno formador de opinião; os estudos de Wright Mills, iniciador dos estudos culturais (*cultural studies*) americanos; e, por último, as pesquisas de sinais de Claude Shannon e Warren Weaver, que inauguram as investigações na área de Teoria da Informação e da Cibernética. (MATTELART, 1999 25-30).

Como já havíamos salientado, o termo massa possuiu uma definição tanto controversa quanto vaga. Para além de todas as contradições sociológicas, ideológicas e psicológicas, a sociedade de massa é definida como um tipo particular de laço social, intermediado pelos meios de comunicação. A mídia, numa sociedade de massa, percorre as relações e organiza os fluxos simbólicos. Neste ínterim, aparecem o mercado e o consumo como elementos importantes de interferência no processo (WOLF, 2003:6). O *mass communication research* adotava esses elementos como referência e procurava delimitar os seus efeitos nos discursos dos indivíduos. De caráter instrumental e pragmático, a corrente tinha como principais representantes Lasswell, Lazarsfeld, Lewin e Hovland, que, mobilizados pela questão dos efeitos e das práticas da mídia no campo social, produziram hipóteses para os processos comunicativos em curso no início do século XX.

Os europeus de Frankfurt refutavam o papel determinista dessas pesquisas. Segundo a Teoria Crítica, era necessário tomar como referência a mídia, mas também todo um mecanismo comportamental diante dos meios. Assim, não bastava analisar que tipo de música um ouvinte de uma rádio queria ouvir, mas examinar em que medida a sua escolha refletia esquemas produzidos na sociedade. Este fato era, para os frankfurtianos, a fronteira teórica (ideológica) que os separava das pesquisas administrativas, que encaminhavam as observações sociais a partir de interesses mercadológicos, para fins exclusivamente comerciais.

Foi na contramão desses propósitos que o clássico *Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação das massas*, de Adorno e Horkheimer, tornou-se o baluarte das teses concebidas sob a chamada Teoria Crítica. Neste artigo os autores propõem pensar as mídias a partir do conceito de Indústria Cultural. A questão central é analisar as modificações impetradas pelos *mass media* sobre a cultura, tendo em vista que na sociedade de massa até o bem cultural torna-se produto de consumo. Este, como os outros, é produzido como numa

linha de montagem e segue o “ritmo do aço”. Além disso, nesse processo de produção seriada, a imaginação e criação de um indivíduo são apropriadas por uma reprodução mecânica, veloz e sistemática de meios como o rádio, a TV, o cinema. Os autores completam:

Eles (filmes) são feitos de modo que a sua apreensão adequada exige, por um lado rapidez de percepção, capacidade de observação e competência específica, por outro lado é feita a vetar, de fato, a atividade mental do espectador, se ele não quiser perder os fatos que, rapidamente se desenrolam a sua frente. (ADORNO & HORKHEIMER, 1985:165)

Como podemos perceber, as propostas formuladas pela Teoria Crítica e pela *mass communication research* se distanciam. Quais seriam os limites entre as duas correntes? A primeira parece definir o poder das mídias como unilateral e despótico. Adorno e Horkheimer certamente indicam as mudanças de paradigmas da sociedade de massa, que procura cercear as diferenças em prol da homogeneidade do consumo. No entanto, desconsideram a complexidade dos poderes na contemporaneidade, as reciprocidades existentes entre a mídia e os receptores.

O *mass communication research*, por sua vez, imprimiu a marca pragmática e direcionada a pesquisas de mercado. Apesar de produzirem diversas teorias Lasswell, Lazarsfeld, Lewin e Hovland tornaram-se os grandes expoentes dessa corrente. As pesquisas desse grupo baseavam-se em paradigmas das ciências exatas, supondo uma objetividade inexistente. A marca da precisão e da imparcialidade era ostentada e tida como inabalável. Além disso, estas pesquisas amparavam-se na suposição de que a opinião deveria ser entendida e definida por elementos distintos, tais como idade, sexo, rendimentos, moradia. No entanto, esses elementos não podem ser definitivos e nem isolados de um complexo campo de referências. A opinião deve ser pensada dentro de um contexto relacional, que envolve tanto as vontades individuais quanto as apostas coletivas.

No quadro proposto pelas pesquisas americanas, aparece a delimitação entre a esfera individual e a coletiva, que podemos denominar de “dicotomia conceitual”. Esta dicotomia é

sustentada na maior parte das pesquisas que procuram entender a função da mídia. No entanto, a própria natureza metodológica utilizada por essas investigações impede a manutenção de uma dualidade, visto que os dados e as estatísticas são tomados pelos pesquisadores como definitivos na conceituação da opinião pública, por exemplo. Mas é a partir dessa mentalidade *objetivista* que as pesquisas de opinião se consagram no cenário norte-americano no início do século XX. Neste período também a opinião é sistematicamente avaliada, examinada e emerge como um dado que posteriormente será utilizado como elemento simbólico de poder.

Certamente as pesquisas delimitaram um paradigma inovador para a concepção de opinião. Hoje, freqüentemente as pesquisas são noticiadas e veiculadas em jornais, revistas, rádios e televisões, além de integrarem os discursos do senso comum. As opiniões são mensuradas por um aparato técnico que envolve desde psicólogos até especialistas em marketing. Mas para além da apuração e da análise sistematizada de dados, as pesquisas deflagram modos particulares de conceber a opinião, sintetizam o próprio conceito de opinião pública.

2.1. Método mostruário: a opinião pública como produto manufaturado

Os institutos de opinião trabalham numa perspectiva reducionista. Para efeito de sondagem, são adotados apenas alguns fatores (idade, sexo) como elementos de formação da opinião. Um complexo campo de forças é deixado de lado em função de referências simples e estáveis, que não levam em consideração as vicissitudes sociais do próprio objeto de pesquisa. Em detrimento das heterogeneidades, procuram-se as estabilidades. A questão não é discutir o reducionismo metodológico²⁷, já que a maior parte das pesquisas pretende apontar *tendências*

²⁷ Muito se discute sobre questões metodológicas. Como delimitar o objeto de pesquisa? A que recortes teóricos recorrer? Em última instância, o que é um objeto de pesquisa? A essas questões estende-se uma infinidade de filiações teóricas. Mas o nosso problema não se concentra nesses aspectos. Entendemos que a metodologia é mais um componente de análise, e não o seu principal componente. Ao nosso ver, as pesquisas de opinião reduzem o objeto ao método, submetendo-o ao matematismo. Interessante seria produzir um método de análise cartográfico, como indicado por Deleuze e Guattari. Segundo os autores, a cartografia busca formar pontos de

muito mais do que demarcá-las. O que importa ressaltar é que o modelo mostruário procura partir das parcialidades para produzir quadros gerais. Mais do que isso, o modelo apresenta uma dimensão ideológica do processo de produção da opinião.

Bourdieu (1983) salientou os limites teóricos dos institutos de opinião, visto que para o sociólogo não existe objetividade em pesquisa. O autor chega a defender que “não existe opinião pública”, tal como estimada pelas empresas, mas sim uma apreensão artificial de comportamentos complexos que não se prestam a um agregado estatístico. (BOURDIEU, 1983:173)

A principal tese defendida por Bourdieu é a de que os institutos partem de premissas equivocadas. Em princípio, pressupõem que todos podem ter opiniões, o que de antemão é duvidoso. Como perguntar para um cidadão o que ele gostaria de modificar no sistema educacional se lhe é vetado o direito de freqüentar a escola? Este cidadão não terá opinião sobre o assunto.²⁸ Além disso, as pesquisas supõem que as opiniões se equivalem, o que também é questionável. Basta entendermos que, num regime democrático, os lugares de enunciação não se equivalem. Por último, as pesquisas presumem que há um consenso sobre as questões. Numa aferição, o método de sondagem recorre à estatística para “medir” os desvios dos padrões, produzindo um indicador puramente matemático (idem:173).

intercessão dos acontecimentos. Ela parte de parcialidades e busca o contorno dessas parcialidades. Muitos fluxos podem ser cartografados: fluxos migratórios, econômicos, étnicos, fluxos de linguagens e subjetivos. A cartografia não se prende apenas às demarcações territoriais e geográficas. Neste sentido, Deleuze e Guattari propõem *distinguir* mapas de cartografias. Os mapas percorreriam lugares demarcados, pontos fixados e já dados de antemão no processo de pesquisa. A cartografia, ao contrário, acompanha o traçado da pesquisa, na medida em que convida o observador a participar do processo de confecção-produção dos relatos. Cf. *Mil Platôs*

²⁸ Provavelmente o cidadão terá uma opinião, no entanto, esta não será baseada na sua experiência pessoal, e sim naquilo que o senso comum entende que é preciso mudar no sistema educacional. Prova disso talvez seja o próprio resultado de pesquisas. Ouvimos freqüentemente que apenas um percentual ínfimo dos entrevistados “não soube responder” a alguma questão. Acho que ninguém gosta de admitir que não tem opinião ou não sabe opinar sobre algo. Na verdade, os mais desfavorecidos, aqueles que nunca são consultados sobre nada, são justamente aqueles que fazem questão de se pronunciar sobre algum assunto quando são abordados por pesquisadores. Por tudo isso, o cidadão não tenha uma opinião “qualificada”, no sentido de ser resultante do seu conhecimento efetivo sobre o assunto, mas uma mera reprodução do que ele costuma ouvir sobre o tema. Seja como for, ele terá uma opinião a emitir.

As três premissas arroladas por Bourdieu partem de uma mesma crença subjacente aos institutos de opinião: a de que a opinião é um dado e que por isso pode ser mensurada. O Modelo administrativo-empirista baseava-se nessas premissas - o mercado, o consumo - e também as sondagens organizam os fluxos sociais seguindo essa lógica. As pesquisas eleitorais comprovam essa intercessão entre a lógica do consumo e os dados mensurados. Numa campanha eleitoral, as pesquisas de opinião ou de intenção de voto funcionam como termômetros de atuação. Caso o candidato esteja pouco cotado nas estatísticas, os *marketeiros* sugerem uma *campanha mais agressiva*. Em sentido contrário, se os números apurados forem positivos, a proposta deverá ser de *manter as metas*.

As pesquisas definem o vestuário de um candidato, seu comportamento diante das câmeras, seus discursos, seus gestos e temperamento. Essas sondagens promovem e constroem um jogo de vaivém midiático. Segundo Bourdieu, a pesquisa é um jogo de cena, um agregado estatístico de opiniões individuais. Conforme o pensador afirma, “ela não existe”, pois sua função se restringe a apresentar as intenções dos pesquisadores, ou seja, a pesquisa é apenas um número específico que ratifica a posição do pesquisador. Lima complementa esta questão apontando que a opinião não é pública, visto que muitas vezes não se refere a interesses públicos; e a opinião não é do público, visto que só reflete os anseios do pesquisador. O autor completa:

Ora, se uma opinião é verificada no público, isso não significa, necessariamente, que essa seja a opinião do público. Mais ainda: a opinião pública, ao contrário de sua origem histórica, pode hoje referir-se à resposta dada a uma questão proposta ao público pelo pesquisador mas que, de fato, não se refira a uma questão de interesse do público, mas apenas ao interesse do pesquisador. Na sua concepção inicial, a opinião pública referia-se a questões do público, no público e a questões formuladas pelo próprio público, em situações também públicas (LIMA, 1997:46).

2.1.1. Como funciona uma sondagem

Gostaríamos de nos deter mais demoradamente nos processos de avaliação das sondagens de opinião. Nosso intento não é denunciar os institutos de opinião, mas simplesmente proceder a um exame de seu funcionamento. Para tanto, tomaremos como modelo de análise o instituto IBOPE, que está no mercado de sondagem desde 1942 e se consolidou como empresa-instituto, ao acompanhar os principais momentos políticos do país. Abordaremos algumas pesquisas que ficam à disposição na página eletrônica da empresa.

Logo na apresentação de suas diretrizes e metas institucionais, o IBOPE se posiciona como guardião dos anseios sociais:

O IBOPE Opinião tem correspondido às expectativas e necessidades da nossa sociedade, ao cumprir sua missão de investigar e retratar as atitudes e opiniões dos brasileiros, permitindo que a população se reconheça e debata seus próprios caminhos.

No entanto, mais adiante acrescenta:

O IBOPE Opinião também investiga uma grande diversidade de temas sociais, políticos e governamentais. Além dos meios de comunicação e estrategistas de campanhas eleitorais, muitos outros órgãos e instituições contratam a empresa para trabalhos exclusivos. Entidades de classe, administrações públicas - prefeituras, governos, secretarias, ministérios -, gestores de serviços públicos, ONGs, têm à disposição informações valiosas para minimizar os riscos de suas tomadas de decisão e para avaliação de suas ações.

De elementos estatísticos, os institutos passaram a ser a síntese do que entendem por opinião. No caso do IBOPE, ao mesmo tempo em que manifesta um anseio de resguardar a memória social, o instituto também vende avaliações sobre uma infinidade de assuntos para empresas, privadas ou públicas. De posse dessas informações, os clientes tomam decisões e implementam ações. Mas, antes de chegarem à fase de comercialização, os institutos adotam diversos métodos de apuração das informações: pesquisas quantitativas, qualitativas, entrevistas face-a-face e por telefone, que seguem um “rigoroso método científico”.

O IBOPE é uma empresa multinacional de origem brasileira que possui várias ramificações de mercado. Funciona com outras 52 empresas, que empregam 2.700 profissionais. A atuação desse complexo abrange parte da América Latina e alguns países norte-americanos, alcançando até Portugal. Essa extensão geográfica indica a dimensão comercial de um instituto de sondagem. Sem contar que as estratégias comerciais ainda avançam pelo terreno das conexões políticas. Basta observarmos as relações ardilosas entre a mídia e a política, que muitas vezes são intermediadas pelas sondagens de opinião.

Em termos técnicos, com o avanço das tecnologias, os métodos empregados nas sondagens se sofisticaram e as amostras ganharam maior representatividade. Hoje, qualquer sondagem de pequeno porte utiliza em média 500 questionários. São adotadas duas formas de pesquisa: a quantitativa e a qualitativa. O trabalho das pesquisas quantitativas baseia-se na aplicação de questionários que buscam reunir um número expressivo de informações. Quanto maior o número de questionários distribuídos, mais completa se torna a pesquisa. Já a pesquisa qualitativa busca estabelecer um paralelo para as motivações sociais das escolhas. Os quadros e as perguntas são, então, mais elaboradas. Nestas sondagens, é comum a utilização de outros recursos além dos questionários, como as visitas demoradas em busca de informações mais completas. Coletados os dados, a etapa seguinte trata de relacioná-los, não se restringe à quantificação.

O IBOPE atua também na área de pesquisa eleitoral e se limita a aferir intenção de voto. Nesse processo, adota pesquisas qualitativas e quantitativas, que têm como objetivo “cobrir as três fases distintas de uma campanha: mapeamento do eleitorado em termos sociais e políticos; posicionamento do candidato-partido e de forças concorrentes; e acompanhamento da campanha propriamente dita” (IBOPE acesso julho de 2005).

Quando o candidato e/ou empresa encomenda uma pesquisa eleitoral para o instituto, este oferece ao cliente um monitoramento constante da aferição. Esse monitoramento inclui

alguns pontos específicos em relação ao eleitor: “grau de satisfação com a vida; principais problemas que preocupam a população; intenção de voto (espontânea); intenção de voto²⁹ (estimulada)...; grau de certeza do voto; nível de rejeição dos candidatos; percepção de quem ganhará as eleições; simulações de segundo turno, quando houver; principais características que um candidato deve ter; grau de interesse pelas eleições; avaliação do atual governante” (idem).

Toda lógica utilizada no processo de pesquisa, desde a confecção das questões até o monitoramento dos resultados, segue um pressuposto implícito de que há uma impossibilidade de responder a questões políticas de uma forma política. E isto é válido não só para o IBOPE, mas para todos os institutos de opinião. Vejamos. Se um entrevistador pergunta para um cidadão em quem ele votaria - Garotinho ou César Maia -, a resposta será necessariamente uma destas: ou um, ou outro, ou nenhum dos dois, ou não sabe. Seja qual for, a resposta nunca será política, pois a pergunta foi formulada para que não o fosse, para evitar que o entrevistado considerasse o aspecto político da sua escolha, as motivações complexas que impulsionaram a sua opção. A escolha de um candidato não é objetiva e tampouco pragmática, mas a pergunta sim. Portanto, o que as sondagens produzem são questões políticas que interditam a possibilidade de respostas com o mesmo teor. As sondagens subordinam a opinião a campos de interesses políticos e se isentam na medida em que recorrem a dados e tendências.

Mesmo que as pesquisas utilizem métodos que pareçam abarcar um número expressivo de respostas, como por exemplo na aferição da intenção de voto, elas apontam para fatores comuns nos grupos pesquisados. É o que ocorre quando definem a opinião por idade, sexo, renda. Estes fatores são considerados em sua estabilidade e duração. Portanto, ao

²⁹ Em linhas gerais, no caso de pesquisa eleitoral, a pesquisa espontânea consiste na resposta do eleitor à pergunta. Capta o que passa na cabeça do eleitor. Já a induzida ou motivada o leitor é informado sobre os possíveis candidatos. Dados do Ibope.

adotá-los como parâmetros classificatórios, as pesquisas erguem a concordância de atitudes comuns sobre bases pseudo-objetivas.

Vamos a um exemplo concreto. No mês de maio de 2005, o IBOPE empreendeu uma pesquisa de opinião que teria como principal objetivo “*identificar junto aos aposentados e pensionistas do INSS, que tomaram empréstimo na modalidade com desconto direto no benefício, suas opiniões acerca deste modelo de empréstimo*”. Essa sondagem aponta para uma estranha novidade do capitalismo tardio, mencionada por Deleuze (1995) em meados da década de 90: a emergência de um novo sujeito, o sujeito da dívida, o “divíduo”³⁰.

Ao que tudo indica, sobretudo o objeto da pesquisa em questão, essa modalidade de sujeito endividado se instaurou de forma perversa, como resultante de um mecanismo igualmente cruel. Pois com toda a crise do Estado, a saúde pública entra em colapso e não assiste mais os aposentados e pensionistas. Diante do descaso, esta parcela da população é impelida a pedir empréstimos a financeiras e bancos, constituindo um excelente filão de mercado. O dinheiro é retirado mensalmente do salário do cidadão, que, para sanar aquela dívida, contrai outra numa financeira diferente, e assim se mantém num círculo vicioso de empréstimos.

A partir da decisão do governo de liberar empréstimos para aposentados e pensionistas, descontando parcelas da dívida diretamente do benefício, os bancos descobriram uma forma rentável e segura de aumentar seus lucros, visto que o aposentado sequer se mantém a par dos negócios. Automaticamente, todos os meses os bancos se encarregam de “tomar” o dinheiro do cliente.

³⁰ Em estudos Deleuze aponta para uma mudança fundamental da passagem da sociedade disciplinar para o controle. O indivíduo se transforma numa “dívida”, já que não há no controle a quitação aparente e sim moratória permanente. Cf. Deleuze, G. *Conversações*.

A pesquisa do IBOPE fora encomendada pelo Banco Cruzeiro do Sul, que queria averiguar o perfil de seus clientes. Concluiu-se que *aposentados e pensionistas usam empréstimos para quitar dívidas*.

Eis alguns dados da pesquisa:

Entre os aposentados e pensionistas que realizaram empréstimos com o Banco Cruzeiro do Sul, 58% apontam como principal razão para aquisição destes empréstimos a quitação de outras dívidas. Este é um dos resultados da pesquisa realizada pelo IBOPE Opinião com 500 aposentados e pensionistas clientes do Banco entre os dias 11 e 12 de maio de 2005. Em segundo lugar, entre os principais fatores que contribuem para a realização do empréstimo está a reforma da casa, citada por 27% dos entrevistados. Despesas com saúde aparecem em terceiro lugar, mencionadas por 9% ”(IBOPE acesso julho de 2005).

A seguir, algumas especificações técnicas:

OBJETIVO - Identificar junto aos aposentados e pensionistas do INSS, que tomaram empréstimo na modalidade com desconto direto no benefício, suas opiniões acerca deste modelo de empréstimo.

LOCAL - Brasil.

PERÍODO DE CAMPO - Dias 11 e 12 de maio de 2005.

UNIVERSO - A pesquisa foi realizada com aposentados e pensionistas que contrataram o empréstimo com o Banco Cruzeiro do Sul.

AMOSTRA - Foi utilizada uma amostra probabilística representativa da população em estudo, através de sorteio sistemático sobre cadastro fornecido pelo cliente.

NÚMERO DE ENTREVISTAS - Foram realizadas 500 entrevistas.

COLETA DE DADOS - Entrevistas telefônicas com utilização de questionário elaborado de acordo com os objetivos da pesquisa. As entrevistas foram realizadas por uma equipe de entrevistadores do IBOPE/MQI, devidamente treinada para abordagem deste tipo de público.

CONTROLE DE QUALIDADE - Houve filtragem em todos os questionários após a realização das entrevistas. Fiscalização *on time* em todas as entrevistas ”(idem).

Como entender as intrincadas relações que envolvem o Estado, as negociações com financeiras, a situação dos pensionistas e aposentados apenas tomando como apoio perguntas estanques? Essa seria a principal limitação das pesquisas de opinião. Elas tomam de assalto um contexto complexo de referência social e reduzem a discussão a aspectos comerciais. Ainda que reflitam demandas sociais, subordinam as questões a interesses comerciais e políticos. Neste contexto, a opinião torna-se elemento legitimador da ordem social.

Podemos analisar ainda o caso da popularidade do presidente Lula, que está à disposição no *site* do Datafolha. Este é um instituto bem mais novo que o IBOPE e está no mercado desde 1983. No início, era um departamento de pesquisas do Grupo Folha da Manhã, criado para realizar pesquisas de opinião pública e eleitorais. No entanto, em 1989, na primeira eleição direta após quase trinta anos de ditadura, o Datafolha se destacou como Instituto de Opinião. Nesse período, as pesquisas efetivamente se consagraram no cenário político. Como consequência, em 1990 o Datafolha se estruturava como unidade de negócio.

Com o recente “escândalo do mensalão”, os institutos de opinião foram à caça de informações para avaliar os possíveis reflexos da crise política na popularidade do nosso presidente. O escândalo se estendeu por mais de 40 dias e, como dissemos, foi objeto de pesquisa do Datafolha. No site do instituto, foram disponibilizadas as seguintes informações:

Quanto à metodologia:

A pesquisa do Datafolha é um levantamento por amostragem estratificada por sexo e idade com sorteio aleatório dos entrevistados. O conjunto da população acima de 16 anos do país é tomada como universo da pesquisa e dividido em quatro sub-universos que representam as regiões Sul, Sudeste, Nordeste e Norte/Centro-Oeste.

Em cada sub-universo os municípios são agrupados de acordo com a localização e o nível sócio-econômico. Dentro de cada grupo são sorteados municípios estratificados pelo porte correspondente. Através de um processo de sorteios sucessivos, chega-se ao bairro, à rua e ao indivíduo.

Nesse levantamento realizado no dia 16 de junho de 2005, foram entrevistadas 2124 pessoas em 134 municípios de todas as unidades da Federação. A margem de erro máxima decorrente desse processo de amostragem é de 2 pontos percentuais para mais ou para menos considerando um nível de confiança de 95%. Isto significa que se fossem realizados 100 levantamentos com a mesma metodologia, em 95 os resultados estariam dentro da margem de erro prevista. (Datafolha acesso julho de 2005).

Logo na primeira página da web, encontramos a chamada: *“Escândalo do mensalão” não afeta popularidade de Lula entre brasileiros. Intenção de voto no petista sofre ligeira queda*”. Em seguida, há um gráfico com as linhas que demarcam queda, estabilidade ou aumento dessa popularidade. A denúncia feita pelo deputado Roberto Jefferson (PTB) sobre suposta “mesada” paga pelo PT a parlamentares, em troca de apoio ao governo, movimentou a agenda da mídia e se estende até hoje. Segundo os dados do instituto Datafolha, essas questões “não causaram maiores danos, até o momento, à popularidade do presidente Luiz Inácio Lula da Silva”.

As pesquisas apontam:

Segundo o levantamento, o desempenho do presidente é considerado ótimo ou bom por 36%, regular por 44% e ruim ou péssimo por 19% dos brasileiros. Esses números diferem pouco dos verificados em pesquisa realizada nos dias 31 de maio e 1º de junho, pouco depois da criação da CPI para investigar denúncias de corrupção nos Correios: naquela ocasião o desempenho de Lula era considerado ótimo ou bom por 35%, regular por 45% e ruim ou péssimo por 18%. (idem).

Esses números sintetizam a aceitabilidade do presidente, que parece ainda resistir à avalanche de escândalos envolvendo parlamentares. Caso as eleições se realizassem nesse contexto, fazendo uma série de comparações, o Datafolha garante que:

Se o segundo turno da eleição fosse hoje, o adversário mais difícil para Lula, a exemplo do que ocorre nas simulações de primeiro turno, seria José Serra: nesse cenário, 46% votariam em Lula, ante 40% que optariam pelo peessedebista. A disputa mais fácil seria contra César Maia: nesse caso, o petista, com 57%, bateria o pefelista, que teria 21%. Lula também sairia vitorioso, hoje, no confronto com

Fernando Henrique Cardoso (53% a 29%), Geraldo Alckmin (54% a 28%) ou Aécio Neves (57% a 23%) (ibidem).

Que considerações podemos fazer a partir desses dados? Vale lembrar uma declaração de Noam Chomsky a um jornal americano na ocasião do 11 de setembro. O pensador se negou a fazer qualquer análise imediata sobre o acontecimento e disse que só ponderaria sobre o caso nos seis meses seguintes. Segundo Chomsky, o calor dos acontecimentos impede análises conseqüentes e imparciais dos assuntos. Meses depois, o autor lançava o livro *11 de setembro*³¹, em que declara sua versão sobre o atentado ao *World Trade Center*

O que o Datafolha propõe com sua pesquisa não é uma análise sobre as denúncias e nem um quadro geral da situação do governo, e sim a geração de dados que servem apenas para jornalistas especularem sobre o cenário brasileiro. Nesse sentido, a sondagem de opinião é instrumento de ação política: induz à ilusão de que existe uma opinião pública como somatório das opiniões individuais, impõe a idéia de que existe uma média nas opiniões como um todo. Os dados apresentados pelo Datafolha tornam-se instrumento concreto de gestão governamental. A partir deles, alianças são feitas e estratégias partidárias são produzidas. A ficção estatística passa a produzir uma sofisticada rede de realidade.

2.2. Os impasses para a descrição de uma opinião

O método mostruário nos apresenta uma forma específica de compreender o que seria uma opinião. Para os institutos especializados em aferi-la, esse método nada mais é do que um sistema de medida. Trata-se de uma medida que comporta uma série de elementos sociais, que leva em conta uma gama de fatores externos à sua formação (idade, sexo, classe social), mas não deixa de ser uma medida.

Os americanos Robert Lane e David Seares (1966) certamente contribuíram para esse entendimento peculiar da opinião. No início da década de 60, os autores procuraram

³¹ Esse livro reúne várias entrevistas concedidas pelo autor a diversos meios de comunicação. Uma das principais teses defendidas por Chomsky é a de que os EUA não são terroristas e que há uma produção de medo generalizada no mundo, o que facilitaria a prática do terrorismo.

conceituá-la na produção de *A Opinião Pública*, livro que apresenta um quadro de análise sobre o tema. Segundo os autores, é possível descrever uma opinião a partir de dois elementos: a direção e a intensidade.

Por direção os autores designam uma certa “qualidade afetiva ou emocional” diante de um quadro a que o indivíduo esteja exposto. Em qualquer situação que exija uma posição, contrária ou a favor, há uma mobilização de afetos em jogo. Segundo os autores, existem pessoas que qualificam, portanto direcionam mais as respostas do que as outras. Numa posição pró ou contra há sempre uma qualidade implícita. Bom exemplo é o caso do Juiz da comarca de São Gonçalo, que entrou na justiça contra o porteiro do prédio onde mora para que o funcionário lhe chamasse de Doutor. Como veremos logo adiante, esta situação provoca um direcionamento das opiniões. Nas cartas enviadas aos jornais, os eleitores se posicionaram repudiando ou apoiando a atitude do magistrado. Foram definidos dois blocos, o *contra* e o *a favor*. Se fôssemos fazer uma pesquisa de opinião sobre o fato, certamente os institutos especializados não conseguiriam avaliar o “talvez” nem o “depende”. Segundo os autores, essa direção pode influir e conduzir os padrões de uma cultura, por isso repostas assim não podem ser isoladas do contexto que as produziram. Os autores afirmam:

Em geral a análise de opiniões deveria incluir essa questão da “qualificação”, uma vez que nos fornece uma imagem mais detalhada da disposição psíquica do opinante, mas não é coisa fácil de conseguir. Além disso, é mais difícil estabelecer categorias de entrevistados, se cada um der uma resposta ligeiramente distinta. (LANE & SEARS, 1966:17)

A intensidade, para os autores, é “uma importante dimensão de fidelidade a grupos”, pois através dela é possível averiguar a implicação das opiniões dos indivíduos. (Idem:21) A intensidade também é um fator que dificulta a consideração da opinião como um dado, já que as convecções de uma opinião estão intimamente ligadas à veemência com que discorrem sobre os assuntos. Um bom exemplo seria a repercussão da popularidade do nosso atual presidente. Diante da pergunta “você acredita que o presidente Lula esteja envolvido nessas

irregularidades do PT?”, algumas pessoas dizem que sim com veemência, outras afirmam que não com igual impetuosidade, no entanto esse grau de intensidade não é contemplado pela pesquisa.

A direção e a intensidade parecem ser desconsideradas nas sondagens, e isso representa mais um impasse para a conceituação de uma opinião. As pesquisas trabalham com uma lógica simplista e ignoram os conteúdos, as condições sociais e culturais da formação da opinião pública.

2.3. (Re)considerações: interesse público ou interesse do público

Mapear a formação da opinião não é uma tarefa simples. Envolve em última instância a constituição de todo o campo social. No entanto, o que norteia a concepção de opinião e de opinião pública é a formação do espaço público e dos interesses concebidos nesse espaço. Por isso parece-nos oportuno reelaborar o que o seria interesse público e do público.

Desde o iluminismo a opinião pública vinha sendo pensada como um instrumental argumentativo do público para a abordagem de questões também públicas. A busca por uma opinião esclarecida e consciencial marcou esse período. No entanto, com o surgimento da imprensa e das novas formas de sociabilidade inauguradas pela emergente sociedade de massa, alguns pressupostos básicos que garantiam essa argumentação se dissolveram. Em princípio, a atuação dos meios de comunicação imprimiram a reconceituação da esfera pública e da esfera privada, o que evidenciou uma nova forma de *experiência simbólica mediada*. Com a mídia, o acesso à informação e a manutenção da cidadania tornaram-se elementos retóricos, representacionais, discursivos.

O modelo democrático, que pressupõe uma divergência salutar de opiniões e a existência de indivíduos habilitados a processar informações com juízos de valor, foi colocado em xeque. Viu-se diante da produção massiva de informações, que pareciam mais homogeneizar do que promover discussões e fomentar as singularidades. Nesse contexto, os

meios de comunicação trataram de problematizar o espaço público, reconsiderando o papel de seus atores.

O projeto Iluminista, por conseguinte, desintegrou-se. Parece-nos que contemporaneamente a opinião pública é o que a mídia nos diz ser e, mais além, é aquilo que os institutos de opinião pautam e legitimam no processo de sondagem. Hoje, são os *mass media* que regulam a autonomia dos sujeitos diante das questões sociais, influenciam a capacidade de articulação dos indivíduos para executar projetos coletivos de interesse eminentemente público.

Habermas, em seu seminal livro *Mudança Estrutural na Esfera Pública*, tece algumas considerações sobre esta questão. Segundo o autor, os meios de comunicação foram de fato os responsáveis pela constituição de um novo perfil para o espaço público. Ao ser ostensivamente ocupado pela mídia, o espaço anterior desfigurou-se, o equivale a dizer que deixou de alocar as questões de interesses públicos e divorciou-se de uma perspectiva política.

O autor define espaço público como uma esfera intermediária que se constituiu historicamente, no período das Luzes, entre a sociedade civil e o Estado. (HABERMAS, 1990: 42-45) Nesse espaço, havia um constante intercâmbio discursivo entre os dois campos. Como era de livre acesso, o público ali se reunia para formar suas opiniões e produzir uma opinião pública. Os discursos, os argumentos e os contra-argumentos eram também gerados no espaço público, que representava simbolicamente as ações de um sistema democrático e abrigava determinados atores sociais, sem os quais nem poderia existir: uma língua comum e indivíduos políticos que se reconheciam mutuamente.

Com o crescente avanço dos meios de comunicação e paralelamente à decadência do Estado, o espaço público se reconfigurou e, segundo o autor, perdeu sua característica política. As opiniões, os anseios e as expectativas dos indivíduos que atuavam nesse espaço multifacetado, em que as práticas eram viabilizadas por critérios de organização intrínsecos,

foram substituídos pela diretiva midiática. (idem : 248-249). Na realidade, o espaço público que hoje experienciamos é compartilhado por outros agentes sociais, como profissionais de sondagens, cientistas políticos, conselheiros em comunicação, marketeiros e jornalistas. O espaço público contemporâneo é, em suma, frequentado pelos *mass media*.

No livro *A Mídia e a Modernidade -Uma teoria Social da Mídia*, Jonh Thompson emprende um longo trabalho de modelação da mídia na modernidade e indica algumas mudanças fundamentais que esta empreendeu em relação ao espaço, ao tempo e principalmente ao espaço público. Thompson comenta acerca das considerações habermanianas :

A separação entre o Estado e a sociedade civil – que tinha criado um espaço para a esfera pública burguesa- começou a sucumbir à medida que os estados assumiram um crescente caráter intervencionista e maiores responsabilidades na administração do bem dos cidadãos... Ao mesmo tempo a imprensa periódica se tornou parte de um mundo de instituições de mídia que se foi organizando cada vez mais com interesses comerciais de longo alcance. A comercialização da mídia altera o seu caráter profundamente : o que era um fórum exemplar de debate crítico-racional torna-se apenas mais um domínio de consumo cultural, a esfera pública burguesa esvazia-se num mundo fictício de imagens e opiniões. (THOMPSON, 2002 :71)

Habermas (1990) também dirige críticas ao conceito de opinião pública. Segundo o autor, a expansão comercial e industrial e a ampliação das trocas comerciais fizeram dilatar a opinião pública, que, muito diferente do que se passava no século XVIII, pode agora circular por todas as camadas sociais. Já no início do século XX, ela circulava no espaço produzido pela mídia. Para Habermas, a opinião pública vem suprimir um papel importante das instâncias públicas, que são os fóruns de discussão. Por isso a noção de espaço público deve integrar três atores sociais: o sistema político, o sistema dos meios de comunicação de massa e a opinião pública dos cidadãos (HABERMAS,1990:270).

Só a integração desses atores sociais faz emergir um espaço onde os interesses são efetivamente coletivos e onde os poderes institucionais atuam em consonância com os indivíduos. Mas o que marca o contemporâneo é a cisão entre os interesses coletivos e

privados, como aponta Pissara no texto *Opinião Pública e Democracia na Sociedade de Informação*.

a Opinião Pública dos nossos dias já não pode assumir como noutras épocas a sua plena autonomia política como voz da sociedade civil e expressão da vontade colectiva porque perdeu em larga medida a sua independência em relação ao Estado: foi indexada por este, tornou-se numa espécie de organismo oficial um artefacto político, nas mãos do Estado e dos múltiplos interesses privados. (PISSARA acesso em julho de 2005)

Cabe ainda evidenciar que além de estar apartada dos interesses públicos, a opinião também se integrou a uma *lógica midiática*. Os institutos de sondagens tornaram a opinião um dado objetivo e mensurável e ligaram-na a um elemento que sintetiza os interesses do público consumidor. No entanto, a mídia assume um caráter regulativo dos públicos. Mas essa concepção pressupõe a controversa concepção de “quarto poder”.

Ora, as considerações de Habermas sobre a opinião pública procuram problematizar o termo em duas frentes: a interpretação da opinião para a comunidade em questão e as instâncias de legitimação de poderes que estão em jogo na formação dessa opinião. Segundo o autor, há uma *manipulação* inerente à própria formação da opinião, na medida em que o espaço público hoje é determinado por discursos legitimados pelos *mass media*.

Assim como Habermas, percebemos que os meios de comunicação transformam a opinião num produto a ser consumido em diversos níveis do campo social. A relação entre consumo e opinião se estreitou. No entanto, esse fenômeno consumista não determina de forma simples o controle das opiniões. A mídia não é usurpadora dos anseios democráticos, das opiniões diferenciais. Subsiste sempre um movimento de produção das opiniões que não obedece a uma ordenação diretiva de poderes e instituições. Por isso a diferença fundamental entre interesse público e do público não se coloca em níveis de controle, de manipulação, e sim de projetos, de tradição.

Podemos entender, nesse sentido, o interesse público como um interesse ligado a uma coletividade, a um agregado social que tem um passado (tradição), um presente (aquilo que

gostaria de resolver) e uma projeção de futuro (projetos). O interesse público diz respeito a opiniões coletivas, e a um equilíbrio entre interesses diversos. É claro que a opinião coletiva é dinâmica e mutável, sujeita a alterações por uma infinidade de elementos, e por isso o interesse público está também em constante mutação. Já o interesse do público está estritamente ligado a aspetos mercadológicos. Eles se desfazem rapidamente no ritmo imposto pelo mercado. O público é um agregado social que se relaciona a partir de idéias, como nos indica Tarde (1992), mas é também uma abstração mercadológica, um conceito de mercado.

A reflexão sobre esta questão aponta para a constituição de uma opinião pública, portanto ela existe, mas existe enquanto “uma estratégia de buscar o que de algum modo já se tem”, como afirma Munis Sodré no texto *A opinião é mesmo pública?*. De acordo com o professor, ao invés de ser um equilíbrio entre interesses divergentes, a opinião pública, segundo preconizam as sondagens, é a pura soma das vontades individuais.

Hoje, de fato os interesses do público suplantam os interesses públicos, na medida que os projetos coletivos, as projeções de futuro foram solapados por uma radiodifusão excessiva das opiniões. Numa sociedade em que o candidato ao pleito político *tem que guiar* sua imagem considerando as últimas pesquisas de opinião, e o *foco político* é mais importante que os projetos sugeridos, o público aparece como um sinal, como dígito, e as mensagens lhe devem ser direcionadas.

3. Circulação da opinião

Outro aspecto importante para nossas considerações é a projeção das opiniões, saber como elas circulam e como constituem uma opinião pública. Como apontam Lane & Seares, (1966) para que as opiniões circulem é necessário um campo propício: uma mobilização, um desconforto social qualquer, uma notícia que coloque em suspeição determinados poderes institucionais. No entanto, a circulação das opiniões não coloca em suspensão poderes

visíveis, mas põe em trânsito determinados sentidos associados a conteúdos que mobilizam as pessoas à revisão, a uma nova produção de significados.

Na realidade, por circulação entendemos projeção. As opiniões percorrem os ambientes públicos, projetam-se num espaço e num tempo. E essa projeção está profundamente conectada ao aparecimento da imprensa em meados do século XV. A imprensa fez circular muito velozmente as idéias dos indivíduos e proporcionou novas formas de sociabilidade. Mais tarde, com o desenvolvimento de várias instituições de comunicação, a produção e a circulação das opiniões mudaram drasticamente. Paralelamente, outras acepções de público começaram a surgir: o público como abstração mercadológica, ou seja, o público como um tipo particular de organização voltada para a lógica do mercado e o público como uma esfera que se reúne a partir de idéias e de opiniões. Este último corresponde à definição de Gabriel Tarde (1992), como apontamos anteriormente.

De fato, a imprensa equiparou a circulação das notícias ao *modus operandi* do mercado de consumo. As informações passaram a seguir intensamente o mesmo caminho das mercadorias, tendo como marca registrada a velocidade impetrada pelos *mass media*. Hoje notícia é mercadoria, e valiosa. É possível considerá-la assim porque pode ser vendida e comprada no mercado, está disponível aos indivíduos como qualquer outro bem de consumo (THOMPSON, 2002:19).

Essa relação não é contemporânea, desde o princípio a imprensa manteve relações estreitas com o mercado e ainda com padres, grandes comerciantes e autoridades públicas³². Esses agentes interferiram na produção e elaboração não só da imprensa, mas da mídia em geral. A consequência dessa proximidade com os poderes institucionais foi que a mídia como um todo acabou assumindo o papel fundamental de mantenedora e administradora dos conteúdos, das informações e, mais especificamente, dos anseios sociais.

³² Sobre esta relação Cf. Nelson Werneck Sodré. *História da Imprensa no Brasil*.

O fato é que os fluxos sociais são feitos de mútuos atravessamentos, e o que caracteriza esses atravessamentos, ou essas relações entre os poderes, os indivíduos e os meios, são os usos que se faz deles. Cada uso implica certas transformações, certas invenções e criações de conteúdos por parte de uma sociedade de massa. O termo sociedade de massa, não pode, portanto, restringir-se à quantidade de indivíduos, e sim basear-se na relação que esses indivíduos travam com os conteúdos midiáticos. Como esclarece Thompson, “o que importa na comunicação de massa não está na quantidade... mas no fato de que estes produtos estão disponíveis em princípio para uma grande pluralidade de destinatários”.(idem:30)

Outro aspecto que envolve a sociedade de massa é que o termo parece sugerir uma certa passividade negativa diante dos conteúdos informados pelas mídias. Mas esta hipótese não se fundamenta, na medida que os indivíduos minimamente intervêm e contribuem no processo comunicativo. Há como, num primeiro momento, criar novos conteúdos a partir daqueles informados pela mídia (Ibidem: 31). O processo de produção e circulação das informações não obedece a uma recepção previsível e passiva dos conteúdos.

Na sociedade de massa, o indivíduo se relaciona com os conteúdos da mídia a partir de uma série de novas reorganizações, tanto espaciais quanto temporais. Espaciais porque as novíssimas tecnologias digitais criam um *espaço virtualizado* de trocas que prescinde da concretude física. Segundo Thompson, há uma espécie de “disjunção entre espaço e tempo”, o que proporciona uma maior velocidade na produção e circulação dos conteúdos e, por conseguinte, uma aceleração no seu consumo. Mas como discutimos, mesmo essas “invenções” estão sempre submetidas a um *agendamento* de conteúdos. Como pensar a circulação das opiniões sem pensar a manutenção de clichês repetidores, de *palavras de ordem*?

Ortega y Gasset, no livro clássico *A rebelião das massas*, indica para o objeto do título outra abordagem. Ao analisar a ascensão das massas no cenário político, o autor faz sérias

ressalvas. Segundo ele, as massas possuem uma característica perturbadora, elas são desordenadas. Além disso, são desprovidas de senso crítico, o que as torna vulneráveis à manipulação dos meios de comunicação ou dos “líderes carismáticos”, que se apresentam como representantes oficiais dos seus anseios (ORTEGA YGASSET, 2002:48).

A compreensão desse processo de ascensão das massas, segundo Gasset, requer um olhar político sobre o homem-massa. Político porque as novas relações desse homem são engendradas a partir de leis civis que lhe garantem ser igual a seus pares. Gasset completa: “três princípios tornaram possível esse novo mundo: a democracia liberal, as experiências científicas e o industrialismo” (idem:87). Portanto, para o autor, a massa, ou a sociedade de massa, tem por inclinação natural a desordem, a aglomeração, isso se deve ao conjunto dos desenvolvimentos científicos e democráticos. A massa, neste sentido, impede que produza relações sociais minimamente sensatas e organizadas.

Entre as duras críticas que Gasset dirige à sociedade de massa, a principal diz respeito ao que o autor chama de “inércia da massa”. Segundo ele, a massa é inerte porque nada produz, nada exige e a tudo vulgariza. Só age se for forçada a isso, se estiver suficientemente *estimulada*. Por outro lado, quando não tem outra opção senão agir, parte da inércia para a brutalidade, pois Gasset afirma que toda vez que as massas intervêm, elas o fazem com violência. Isso se deve a uma “certa vulgaridade intelectual” (Ibidem:97) apontada pelo autor, que na seqüência de suas conjecturas ainda afirma que as massas são perigosas.

Diante de posturas assim, não podemos deixar de questionar o que motiva tanta animosidade e se são procedentes as colocações do autor. Certamente o tom das críticas traduz a repulsa de Gasset a uma nova sociabilidade que estava em curso e que se efetivou no início do século XX.

Hoje, no entanto, estamos na eminência de uma nova sociabilidade. Se o termo massa pôde dar conta, até o fim do século XX, de um aglomerado social em que as relações dos

indivíduos eram travadas de forma passiva e gradual, na contemporaneidade o quadro é outro. Houve uma complexificação dos conglomerados de mídias, com as quais os indivíduos se relacionam ativa e rapidamente.

Principalmente a partir das décadas de 60 e 70³³, novas pesquisas impulsionaram o campo de estudos de mídia, alavancando diferentes problemas conceituais. A análise criteriosa dos receptores, por exemplo, concluiu que o público não é passivo. Desde então, pensar em opinião virou sinônimo de aproximar os conteúdos midiáticos das práticas cotidianas que cercam os indivíduos. Porque num cenário contemporâneo, os conteúdos informativos das mídias não podem ser dissociados das subjetividades específicas que se produzem com esses conteúdos. Pensar a opinião é necessariamente relacionar a mídia e as subjetividades que se criam nessa relação.

3.1. O que está em jogo na circulação?

Se procurarmos entender o funcionamento da opinião contemporaneamente, veremos que muitos fatores (políticos, econômicos, etc.) funcionam como dispositivos mais ou menos flexíveis de manutenção de determinado estado de coisas. A opinião está imersa nesta rede de poderes e saberes, com os quais promove intercessões desde que surge. Portanto, entender a sua dinâmica é um desafio considerável.

No entanto, gostaríamos de exercitar um desdobramento de linhas de força servindo-nos de um caso específico retratado na mídia. Através dele, talvez possamos recolher indícios de uma relação não muito óbvia, mas efetiva, que é a da mídia com as subjetividades construídas. Para tanto, apontaremos o que se disse, o que se repetiu.

³³ Num breve resumo acerca dessas pesquisas Breton propõe a seguinte divisão: dimensão técnica (Mcluhan), dimensão sociopolítica (pesquisadores britânicos – Riley e Merton), dimensão simbólica (Barthes e Hall) e estudos de recepção. Cf. BRETON, Philippe, p.163-184.

Utilizamos como exemplo um caso menor, insignificante politicamente, mas que conseguiu mobilizar alguns poderes como a mídia e a justiça. A questão não é denunciar as opiniões, mas proceder a uma análise de suas reverberações, investigar como o caso, anunciado pela mídia, produziu efeitos no tecido social.

Como Foucault já salientara, é preciso promover intercessões para pensar o presente. E pensar o presente significa pensar o poder em termos de correlações de forças, de formações de campos de saberes imanentes ao tecido social, é fazer justamente o que queremos empreender.

3.2 Um relato (não) significativo

Em novembro de 2005 chego em casa por volta de 8 horas da noite em casa. Sou recebida pelo simpático e sempre prestativo porteiro do prédio com o seguinte questionamento:

— Madame, a senhora a partir de hoje quer que eu te chame de Senhora ou Doutora?

E logo veio o meu susto, porque esse porteiro nunca teve comigo nenhum formalismo.

E respondi:

— Nenhum dos dois. Mas por que essa pergunta?

E ele rapidamente respondeu em tom de espanto:

— Ué!! Você não viu no *Fantástico* ontem que um juiz entrou com uma ação contra o porteiro do prédio porque ele não chamou ele de Doutor?

E eu retruquei:

— Não assisti TV ontem.

— Pois é, agora estou perguntando para todos os moradores como eu devo chamar cada um. Vai ver tem um juiz aí no prédio que vai me processar também. Como eu fico? – e começa a rir.

Subo para o apartamento encucada. E logo pergunto para as pessoas da casa o que realmente aconteceu. Alguns me informam e acabo sabendo do caso do juiz de São Gonçalo que entra na justiça contra o seu condomínio, pedindo para que os funcionários do prédio o tratassem com “respeito”. Fico curiosa e acesso alguns jornais *on line* em busca de informação. Para meu espanto, percebo que o caso já estava acontecendo desde agosto e que o *Fantástico* (no mês de novembro) noticiou o acontecido dando maior ênfase ainda ao fato. A partir daí começo a me interessar pelo assunto. Busco informações e acompanho o caso nos jornais. Queria entender o caso e como aquele assunto circulou, produzindo determinadas opiniões.

O caso parece engraçado, mas em setembro de 2004 o juiz Antonio Marreiros da Silva Melo Neto, da 6ª Vara Cível de São Gonçalo, entra com uma ação judicial contra um condomínio de Niterói, exigindo um tratamento diferencial ao porteiro do seu prédio. Segundo o juiz, o caso começou quando seu apartamento foi inundado por um vazamento na laje. Marreiros pediu providências ao porteiro para resolver o problema, mas não foi atendido. A partir desse momento, ficou incomodado com a forma pejorativa com que o porteiro o tratava. Segundo o juiz, o porteiro se dirigia a ele com intimidade, chamando-o de *você e cara*, embora tratasse a síndica por dona e senhora. O juiz relatou o ocorrido à síndica para que os funcionários tivessem mais respeito com ele. Não foi atendido e acabou movendo uma ação judicial por danos morais contra Jeanette Granato, a síndica do prédio de Niterói. Tivemos contato com a inicial do caso e logo nas primeiras linhas do processo consta: “...o autor notou que o referido empregado tratava-o (o autor) com intimidade, chamando-o de *você e Antônio*. O autor, então, pediu-lhe para ser tratado como senhor. Por duas vezes, essa solicitação foi feita pelo interfone a esse empregado...” (mimeo)

O caso é delicado. Não gostaríamos de nos alongar em pormenores judiciais, mas sim procurar desenovelar as linhas que impulsionaram a circulação dessas opiniões. A questão seria resolvida apenas no âmbito judicial, não fosse uma nota publicada na coluna de Ricardo Boechat no Jornal do Brasil do dia 08/11/2004. A nota dizia: “*TJ-RJ manda porteiro e condôminos chamar juiz de “excelência”*”. A partir daí, nota publicada pela seção do Boechat o caso passou a ter visibilidade.

Através da visibilidade a mídia conecta todos os demais campos autônomos da sociedade. Neste caso as relações não são tão óbvias, oficialmente se restringem ao judiciário e à mídia. Por isso parece-nos fundamental esse pressuposto de há uma preponderância da mídia como eixo de produção de debates públicos. Sem dúvida, esta noção colabora para o entendimento da formação e sobretudo da circulação da opinião em determinadas parcelas da

sociedade. Mesmo num primeiro momento, tendo esta vantagem de produzir certos assuntos, a mídia enfatiza também possibilidades de construções de sentidos outros para os temas que aborda.

A relação entre mídia e judiciário deve ser ressaltada. Sobretudo nas duas últimas décadas, em que o poder judiciário virou assunto de jornal. Mas essa relação, sempre cercada de eminente tensão (já que parece existir uma disputa pelo “poder”) instaurou certas animosidades entre as partes. Por um lado, vê-se a produção de jargões característicos dos enunciados midiáticos, que acoplam padrão, universalização e estereótipo ao judiciário, tudo numa simples frase: *Justiça ainda é morosa*. Tipos de afirmações assim podem estar estimulando uma linguagem de códigos morais e de sentidos ideológicos. Por outro lado, a justiça sempre se colocou à parte na sociedade. O magistrado resguarda sua imagem, apresentando-se como baluarte da moral e dos costumes, por isso se afasta do povo. Para a maioria dos indivíduos, o magistrado é uma figura inacessível. E o culto a essa imagem ratifica ainda mais os estereótipos.

É preciso salientar também, como nos lembra Salete Macaloz, que o poder judiciário sempre foi fetichizado. A justiça é desconhecida pela sociedade e, como dissemos, muitas vezes seus representantes são inacessíveis à população, fatos que ajudam a criar um imaginário fantasioso, que atribuem contornos míticos à figura dos magistrados. Este espectro também foi construído pela mídia, que denuncia e espetaculiza as imagens. (MACALUZ, 2002, p.25) Portanto, a questão se coloca: há uma produção e um reforço dos estereótipos produzidos.

O caso do juiz, a partir das notas publicadas por Boechat, foi para o *Fantástico*, para pequenos jornais como O Dia (*Em nome do “doutor”* -09/11/2004) e grandes jornais como O ESTADO DE SÃO PAULO (*Juiz vai à justiça para ser tratado de doutor*-09/11/2004). Muito se discutiu sobre o caso, em notas diárias nos jornais, nos debates sobre os abusos do

judiciário e o papel da imprensa neste caso. Alguns programas, como o *Observatório da Imprensa*, dedicaram espaço em *sites* na Internet nos quais professores, jornalistas e outros profissionais discorreram sobre o assunto.

Mas como o caso ganhou repercussão? De que maneira ele circulou? Podemos apontar uma diversidade de situações que fizeram as opiniões circularem. Em princípio, como mencionamos, há uma aura de inacessibilidade cercando o judiciário. A instituição deve estar à serviço da população, mas muitas vezes se mantém à margem das discussões sociais. Neste sentido, os magistrados podem ser comparados aos olímpianos. Como já havia discutido Edgar Morin, os olímpianos³⁴ eram figuras míticas comparadas aos deuses gregos, que embora fossem inacessíveis ao povo, possuíam um certo ar de humanidade. Essa tensão entre o divino e humano por si só já cultivava uma imagem estereotipada. Mas em segundo lugar ainda há um certo grau de ineditismo na situação, que a caracteriza como noticiosa. Um juiz que ocupa um grau elevado na escala hierárquica social movendo uma ação judicial contra os subalternos não é um fato comum.

Neste cenário a notícia circula com intensidade, visto que está no entrecruzamento de forças: poderes da mídia e do judiciário. Outro fator importante, para o qual devemos atentar, é que no mesmo período em que ocorreu a situação, entre agosto e dezembro de 2004, a discussão da reforma do judiciário esteve em pauta, propondo uma série de mudanças para os magistrados. O terreno era arenoso. Por um lado, era uma oportunidade para a população “comprovar” a inoperância do judiciário; por outro, a oportunidade de vender jornais.

³⁴ Num artigo famoso datado do início da década de 60, Morin faz menção ao que denomina *olímpianos*. Trata-se de uma espécie de figuras míticas confeccionadas pela mídia e que têm como objetivo se projetarem como modelos de vida. Os *olímpianos* são referências para o homem de massa, o homem que precisa de deuses midiáticos. Por serem indivíduos empobrecidos esteticamente e eticamente, os indivíduos da massa se espelham em deuses humanos, produtos de uma mídia que mitifica seus modelos. Cf. Morin, Edgar. *Os olímpianos*, p.20

3.2.1. *Vários começos, várias opiniões*

Na realidade, o caso pode nos dizer muito mais. Fora todos os começos possíveis – o juiz diz que foi desrespeitado, a síndica diz que ele sempre foi intransigente e mal visto no condomínio – o caso se estendeu. Muitas notas em jornal, em muitos lugares as mesmas discussões. Uns em apoio, outros em repulsa. O caso nos indica que todos esses elementos estão dispostos num intrincado mecanismo.

O caso se estendeu com algumas liminares a favor do juiz, algumas outras indeferidas, recursos no Tribunal de Justiça e hoje aguarda a decisão final. Uma das linhas desse grande novelo que envolve os trâmites legais e as notícias dos jornais nos interessa particularmente, aquela que se refere aos diversos sentidos a que estão expostas as opiniões. Mesmo que esteja em vigência um agendamento da mídia, o caso é produzido a partir de uma multiplicidade de sentidos e está sujeito à construção de outros significados.

O que aconteceu com o caso do juiz foi uma intensa circulação de clichês repetidores que ao mesmo tempo denunciaram formas clássicas de exercícios de poder pela palavra. Paradoxalmente, as opiniões circularam reiteradas vezes pelo tecido social multiplicando seus sentidos. Esses dois vieses colaboraram para a construção de uma “opinião pública” sobre o fato. Como afirma Zuenir Ventura num artigo do O Globo de 10/11/2004, intitulado *Exercício do Poder*, “parece enfim uma comédia de (maus) costumes, mas é uma notícia de jornais”. Zuenir aponta no texto como as palavras podem ser obtusas dependendo de sua utilização. Um — Fala, doutor! - dito por um flanelinha não significa respeito, e sim adulação, ao mesmo tempo em que um — Doutor! - dito por um subalterno é obediência, e não respeito.

Foi observando atentamente a repercussão sobre o caso que pudemos perceber como o assunto tinha sido resignificado pelo senso comum. Virou motivo de chacota e brincadeira ser chamado de “doutor”. Em algumas cartas de leitores,³⁵ muitos expuseram ironicamente sua posição. Numa delas, um leitor salienta um caso acontecido com Gregório de Mattos, que fora acusado de desrespeitar o juiz e compôs a seguinte quadrinha: “Se a EL-Rei chamamos vós/E a Deus pedimos TU/Como haveremos nós/De tratar o juiz de Iguassu/Tu ou Vós, Vós ou Tu?”

O tom de ironia coloca os poderes em suspensão. Produz uma tensão entre o que está sendo noticiado e os conteúdos das notícias. Numa fala de leitores, ou numa situação cotidiana, os conteúdos são reelaborados, modificados em função de um jogo constante entre quem fala e quem escuta. O público produz suas vozes, revisita as lógicas e empreende uma repetição que pode ser inventiva, a partir de uma projeção ininterrupta. Mas como bem indica José Arbex Jr., essa criação também faz fronteira com as propagações dos clichês. Hoje, são os clichês que se projetam no tecido social. Por isso a sensação de estar opinando sobre “dizeres de dizeres” ou apenas reiterando concepções já formadas. (ARBEX, 2001:89) A opinião circula nesse ínterim entre as projeções de clichês e as possibilidades de variações de sentido.

³⁵ Carta dos leitores *Sinal de Respeito*, Manoel Moreira (por e-mail, 10/11) O GLOBO 11/11/2004.

O processo de construção de uma opinião não obedece a uma lógica ou regra *a priori*. Como pontuamos acima, é difícil entender como se formam as opiniões. No entanto, no caso que acabamos de citar, a mídia deu visibilidade a uma situação que poderia ter sido resolvida apenas no âmbito judiciário. Em matéria ao Jornal O Globo³⁶, o próprio juiz afirma que “tudo não passou de uma briga de condomínio”. A partir do momento em que um caso aparentemente caseiro e privado repercute para a esfera midiática, ele se transforma em tese, e fica exposto a uma série de especulações, exigindo filiações e posições. A mídia promove uma certa visibilidade, instiga uma vontade de falar sobre o caso. O que menos importa são as posições - falta de respeito ou abuso de autoridade? - e sim as reverberações do fato. Não importa que postura se assume, mas importa que se fale.

O caso do juiz é para nós uma clara ilustração de como determinados assuntos devem estar em consonância com as crenças dos indivíduos. Se o senso comum admite ou defende determinado tema, os jornais são “obrigados” a abordá-lo para não correrem o risco de se distanciarem do cotidiano de seus leitores. No entanto, casos que aparentam ser menores, de âmbito puramente privado, podem produzir distorções e desequilíbrios nos poderes institucionalizados.

Outro ponto de nosso interesse é a velocidade da circulação e repercussão do caso. Pensemos de forma simples. De uma coluna, para chamadas de primeiras páginas de jornais como O GLOBO e FOLHA DE SÃO PAULO; algumas semanas depois, para programas como o *Fantástico* e para centros de discussão como o *Observatório da Imprensa*. O percurso do caso velozmente atingiu os núcleos dos *formadores de opinião*. Ativamente a mídia entrevistou procuradores, advogados e o presidente da OAB do Rio de Janeiro, Otávio Gomes, que afirmou: “É um exemplo inédito de arrogância que poderá voltar-se contra a própria Justiça”. (O GLOBO -11/11/2004)

³⁶ Repórteres Alba Valéria Mendonça e Fábio Vasconcelos. *Liminar garante tratamento de “doutor” a juiz* dia 09/11/2004.

Em nome de uma cobertura diversificada, os meios de comunicação noticiaram o caso, discutiram sobre o assunto. Em vários e diferentes meios — Internet, rádio, jornais impressos —, os indivíduos se pronunciaram. A impressão que se tem é de que ninguém se furtou a opinar, por escrito, oralmente, informal e formalmente todos falaram. Marreiros chegou a afirmar que foi “execrado em praça pública.”³⁷.

As várias opiniões foram colocadas na arena de debates. Depois de fartamente comparadas, rebatidas e analisadas, acabaram virando clichês. Mas não eram assim desde o início? Não há uma espécie de repetição inerente às opiniões? Elas advêm de um sujeito ou dizem respeito a um coletivo? No caso do juiz, podemos observar como esses elementos se confundiram, se complementaram. A sociedade apontou para uma impostura do juiz, o Tribunal de Justiça endossou esse caráter e a mídia colocou à disposição as posições contrárias. Será esta a ordem certa dos fatos?

³⁷ *idem*

PARTE III

A OPINIÃO E AS DOBRAS DO CAMPO SOCIAL

*Basta uma pena para por em movimento milhões de línguas.
Gabriel Tarde - A opinião e as Massas, p. 89.*

1. As microengrenagens que regem o campo social

Propomos agora uma análise sobre um aspecto singular da opinião: ela funciona por imitação. E, como imitação, ela se propaga, estende-se pelo tecido social. Dificilmente saberíamos indicar a gênese de uma opinião, de onde ela vem especificamente, pois os elementos que a compõem, como já apontamos, são heterogêneos e dispersos. Mesmo os institutos que buscam ilustrar a opinião pública a partir de pesquisas generalistas apontam três fatores que dificultam a delimitação do conceito. Em princípio, a natureza interdisciplinar da opinião, que é instrumento das ciências políticas e comunicacionais, da sociologia e da antropologia, da economia e da filosofia; segundo, a vasta utilização da expressão por estudiosos clássicos como Locke e Kant; e, por último, a dificuldade de desvincular um aspecto comum e popular da opinião, impulsionado, sem dúvida, pelos meios de comunicação (FIGUEIREDO, 1995:113). No entanto, essa dificuldade de delimitação do conceito de opinião pública não nos impede de entender a relação entre opinião e imitação. Por que as opiniões se reverberam? O que é essa propagação? Para respondermos a essas questões e esmiuçar a característica imitativa da opinião, recorreremos ao pensamento do sociólogo e filósofo francês Gabriel Tarde.

A tese da imitação foi desenvolvida por Tarde no final do século XIX. O trabalho consiste em tentar compreender as formações de determinados níveis sociais a partir da idéia de interação. O pensador propôs originalmente entender as relações individuais, sociais e universais a partir do conceito de imitação, que funcionaria como um motor na formação e transformação do tecido social. No livro seminal *As leis da imitação*, o autor lança as bases para seu projeto de

analisar o campo social a partir das microengrenagens, das propagações infinitesimais, enfim, para a apreensão do social pelas leis da imitação. Tarde credits à imitação papel fundamental na permanência do universo, e conjectura: “suponhamos um mundo em que nada se assemelha e nada se repete, hipótese estranha, mas inteligível em rigor; um mundo todo de imprevisto e de novidades, no qual, sem memória de qualquer espécie, a imaginação criadora fizesse carreira” (TARDE, 1976: 25).

Tarde se ancora na hipótese, no mínimo curiosa, de que o universo, para existir, necessariamente demanda imitação. A imitação molda e dá consistência às relações, por isso desempenha nas sociedades um papel essencial, comparável ao da teoria da hereditariedade. O próprio autor afirma: “as leis da hereditariedade, tão bem estudadas pelos naturalistas, não contrariam então em nada as nossas” “leis da imitação”. Para o organismo social perdurar, a imitação, através de um acoplamento com a invenção, cumpre função de perpetuar as vibrações dos movimentos universais (idem: 35-36).

Apesar das analogias com os modelos naturais, Tarde salienta que o seu intuito é trabalhar o “lado puramente social” dos fatores humanos. Efetivamente, ele se esforça em conceber estudos que encaminham para uma sociologia geral. No entanto, suas idéias ficaram esquecidas durante um longo tempo, principalmente porque elas se contrapunham ao projeto teórico de Durkheim. Ao contrário das teses que circulavam no estrito campo sociológico do final do século XIX, de que os laços sociais devem ser concebidos pelas leis gerais, Tarde procurou entender as organizações sociais a partir das instabilidades, descartando, em princípio, as antigas bases clássicas da sociologia. É a partir dos processamentos microsociais que o autor esboça sua teoria.

Baseado na tese da imitação, o sociólogo procurou entender o laço social sem recorrer a identidades lógicas, rompendo com as fronteiras entre o indivíduo e a sociedade. Esse projeto inovador se diferenciava radicalmente do intento da sociologia clássica, que sempre

procurou delimitar a esfera individual e a esfera social. As estruturas psicológicas representariam o indivíduo e as atividades coletivas, o social. Neste sentido, Tarde de certa forma condena a perspectiva da sociologia daquele período, que acabaria por incorrer em dois erros: um panorâmico e outro evolucionista. O panorâmico consiste em pensar o social pela sua regularidade, abandonando assim os detalhes em detrimento das generalidades. O evolucionista acaba por encerrar a sociologia em teorias do desenvolvimento (VARGAS, 2000: 200). Essa crítica apontava mais uma vez para o trabalho de Durkheim, no qual os indivíduos são pensados apenas como suporte reflexivo da consciência coletiva, onde estariam a família, a escola, o trabalho e todas as entidades de controle e cerceamento do social. O projeto durkheimiano abole a possibilidade de pensar o tecido social na sua propagação e constante invenção, já que a relação entre indivíduo e sociedade mantém-se estável: o indivíduo como espelho do campo social e o social como lugar da repressão. Os dois eixos se complementarizam, produzindo uma espécie de evolução social, de desenvolvimento coletivo.

De fato, Tarde aponta para um novo estatuto dos laços sociais, em que afirma as propagações, as projeções, os engendramentos e os movimentos, mais do que os regulamentos e as estabilidades. É neste sentido que a opinião deve ser examinada, como um elemento que se produz-cria a partir das transversalidades entre imitação e invenção. Se tomarmos a imagem de Tarde em sua literalidade, veremos que a opinião se projeta no campo social a partir de vários agenciamentos: individual, social, midiático; sentidos, sensações e interesses. Não há, num primeiro momento, hierarquias entre os componentes. Sabemos, no entanto, que as enunciações partem de diferentes estratos e produzem diferentes efeitos. Mas qual a qualidade da opinião na contemporaneidade? Quais são os poderes que a produzem? Como se projeta? Qual o limite entre imitação e invenção se levarmos em conta os meios de comunicação?

Não podemos perder o horizonte das idéias de Tarde, que apenas deseja entender os vínculos sociais formados a partir das opiniões. O autor não está interessado em conceber os conteúdos das opiniões, e sim uma qualidade particular da opinião que é, em última instância, a de produzir a sensação de pertencimento e os laços coletivos. Para Tarde, a principal característica da opinião é seu aspecto propagador, sua feição reverberadora. Por outro lado, interessa-nos particularmente entender qual a característica contemporânea dessa propagação e qual o seu estatuto. Para tal intento, temos que agenciar opinião e mídia, opinião e velocidade, opinião e capitalismo tardio, opinião e subjetividade.

Outro aspecto importante é a definição do conceito de opinião pública. Esse conceito dimensiona o aspecto público da opinião. Se considerarmos a opinião como fluxo que se propaga dentro de campo social, o que afirmar então de uma opinião pública? É através dessa opinião supostamente coletiva que determinados grupos se formam, e é através também desse conceito que alguns poderes se produzem e se processam, como veremos mais adiante.

Cumpramos também numa série de vetores intensificados principalmente a partir da década de noventa, em que a velocidade se torna componente de riqueza e as trocas se processam incessantemente, produzindo muitas vezes uma sensação de intoxicação e inebriamento com as opiniões. Muitas vezes as reverberações dos assuntos noticiados sufocam as possibilidades de produzirmos nossas próprias opiniões sobre os acontecimentos. Nossas opiniões tornam-se frágeis e voláteis, acompanhando o movimento do capitalismo atual, em que os territórios se dissolvem em prol de *desterritorializações* constantes dos sentidos e das verdades.

Como entender essas novas séries imitativas? Nessa intrincada rede de produção-projeção-imitação, emergem as subjetividades. Por isso, nosso intuito neste capítulo é de agenciar os elementos que acionam esses modos de ser, de conceber e de criar as realidades. A tese de Tarde nos indica como podemos analisar o conceito de opinião sem precipitar a

ilusão de que o campo social age por continuidades ou estabilidades. À luz de suas idéias, entendemos que o social é mais uma expressão inventiva de sentidos e de registros semióticos do que um reservatório que deve ser preenchido por instituições e entidades lógicas. O social é produção de poderes e de saberes, e não apenas receptáculo destes.

Tarde emoldura o social com a tese da repetição universal. A repetição é uma vibração de um movimento qualquer. Ela é uma espécie de contágio entre partes (social e individual) não muito bem delineadas, já que elas mesmas são definidas por agenciamentos. É pela imitação, que não se confunde com um sistema geral científico, como explicaremos mais adiante, que o social se propaga. Os fluxos de inovação acompanham esse processo imitativo. Para Tarde, o laço social não se realiza por contratos e regras previamente demarcados, mas por uma constante agitação de forças subjetivas. Assim, o autor procura entender o próprio fenômeno da opinião como uma expressão dessas relações transversais entre o social e o indivíduo. A opinião não é do indivíduo, nem do social, ela é uma interseção entre acontecimentos e se propaga ininterruptamente. A opinião é um conjunto de idéias que produz pertencimento a um grupo, a uma totalidade de indivíduos.

Tarde aponta para uma característica interessante da imitação: ela se propaga a partir de uma diferença, ou seja, a imitação é sempre acompanhada pela invenção. As sociedades, as culturas e, em última instância, as espécies, funcionam se diferenciando e se repetindo num movimento ininterrupto. O autor aponta para duas forças, *crenças e desejos*, que estão na base de toda sociedade. Todo o social é afeito às intersecções entre as crenças e os desejos. Num trecho elucidativo, Tarde indica que mesmo as crenças e as religiões são imitativas, ao mesmo tempo em que funcionam se modificando:

as imitações (palavras de uma língua, mitos de uma religião, segredos de uma arte milenar, formas literárias, etc.) modificam-se ao passarem de uma raça ou de uma nação para outra, dos Hindus ao Germanos, por exemplo, ou dos Latinos ao Gauleses, como ondas físicas ou tipos vivos ao passarem de uma meio para o outro (TARDE, 1976: 43).

A preocupação de Tarde era desenvolver uma teoria que observasse mais atentamente as microengrenagens do tecido social, sem, contudo, descartar as grandes instituições que também o constituem. Seu olhar acompanhava mais detalhadamente os microacontecimentos, motivo este que fez o autor conduzir rigorosos debates com toda a sociologia clássica daquele momento.

1.1. Imitação e invenção como forma dos atos sociais elementares

Mas o que é a imitação? E como ela funciona acoplada à invenção? Tarde radicaliza mesmo a idéia de que o campo social se constitui a partir de constantes ciclos imitativos, de interações acompanhadas por imitações. Todo o universo, em uma espécie de espiral, é tocado pela imitação. É uma lei universal, menos no sentido de um sistema do que de uma manutenção de um determinado campo. A concepção que o autor tem de lei não descarta a possibilidade das exceções, dos acasos e das possibilidades de aberturas criativas. As leis não regulam de forma imperativa os movimentos sociais, visto que apenas as imitações se submetem às leis. O autor explica: “para dizer a verdade, só a imitação, e nunca a invenção, está submetida a leis propriamente ditas”. (TARDE, 1976: 169). Por isso, as leis da imitação se sustentam em *sistemas flexíveis*, que se produzem a partir do que o autor denomina aspectos “lógicos e extralógicos” das causas sociais.

O que o autor observa é que para uma ação, uma idéia, uma opinião se propagar, muitas outras são abandonadas. Nem tudo é imitado o tempo todo. Por isso, a importância de se definir estes dois aspectos, os lógicos e os extralógicos, do campo social. Para o rol dos aspectos lógicos, encontramos nos escritos de Tarde uma definição um tanto quanto obtusa. Segundo o autor, “as causas lógicas agem quando a inovação escolhida por um homem o é por ser considerada por ele mais útil ou verdadeira que as outras, isto é, mais de acordo do que estas com fins ou os princípios já estabelecidos nele (sempre por imitação)” (idem:168).

O que é útil ou verdadeiro no processo social? Como se dá essa escolha? Neste aspecto lógico, está afastada qualquer possibilidade de creditar a um indivíduo papel preponderante nas escolhas. Tarde explica que não existe um “crédito ou descrédito pessoal”, ou seja, há uma imitação trans-individual, que obedece a uma lei fora do indivíduo. E para que as imitações-invenções se constituam, é preciso que adquiram um aspecto processual, que pode levar anos. As invenções respeitam uma certa duração temporal.

Tarde afirma que as grandes descobertas³⁸ são exemplos maiores desse processo de imitação. Os homens se imitam ou imitam idéias. Essas obedecem a leis que não passam pelo crivo individual e freqüentemente produzem mudanças fundamentais no tecido social. Mas nem todo aspecto lógico é puramente lógico. Ele está acompanhado de influências extralógicas, ou seja, de invenção. A invenção, assim, é entendida como interferência extralógica, como uma intromissão na “escolha imitativa”. A partir da invenção, os pontos heterogêneos de um processo social se tocam e se transformam; formam infinitamente séries imitativas que produzem outras tantas séries imitativas (ibidem: 176).

A teoria sociológica de Gabriel Tarde pode ser entendida como uma microsociologia, já que é animada por pequenos acontecimentos, minúsculas invenções e microengrenagens sociais, que levam em conta os discursos, as instituições e as descobertas principalmente em seu aspecto processual. A microsociologia tem como elemento principal a repetição, a oposição e a adaptação. Segundo Tarde, todo o universo é regido pela propagação, que é constituída dessas três leis. Essas leis não reduzem o processo de propagação, pelo contrário, funcionam produzindo as diferenças sociais. A repetição é a condição de todo o movimento, pois todas as semelhanças do universo partiram de repetição. Ela proporciona o próprio equilíbrio, sem, entretanto, descartar as diferenças. Já a oposição é considerada a lei menos

³⁸ Para Tarde, todas as grandes descobertas, como a lei da relatividade e as conquistas dos continentes, são as que podem apontar com maior precisão as imitações-invenções, visto que são “encontradas” (sim, o autor insiste em afirmar que as idéias são encontradas, descobertas) por indivíduos, mas projetadas no campo social de forma a mudar todo o curso da humanidade.

importante, pois Tarde afirma: “a segunda (oposição) intermediária e subordinada, revela-nos choques e lutas de utilidade passageira” (TARDE, 1976:12 -224.). Segundo o autor, a oposição nada mais é do que um intermediário entre as séries repetitivas que vão produzir novas adaptações (VARGAS, 2002:234). Por último, a adaptação traz a dimensão do campo das diferenças, porque se define por relações de produções criativas. A adaptação de forma alguma deve ser passiva, pois é dela que os fenômenos sociais partem e se multiplicam.

Neste entrecruzamento entre repetição, oposição e adaptação, constituem-se as crenças e os desejos. Num trecho esclarecedor, o autor discute a formação do próprio cristianismo, que brota de uma afirmação inventiva e posteriormente se estende pelo tecido social através da imitação. Tarde explica:

Um homem apaixonado quando, roído pelo desejo impotente de conquista, de imortalidade, de regeneração humana, encontra uma idéia que abre para as suas aspirações uma saída inesperada: a idéia da ressurreição do milênio, o dogma da soberania do povo e as outras fórmulas do Contrato social. Ele abraça-a, ela exalta-o; ei-lo que se faz apóstolo. Assim se espalha um contágio político ou religioso. Assim se opera a conversão de todo um povo ao cristianismo, ao islamismo, ao socialismo, talvez amanhã (TARDE, 1976: 51).

Ao conceituar imitação, Tarde diz que ela funciona como uma irradiação à distância. Parece que num primeiro momento, essa irradiação tem um cunho inconsciente, pois os indivíduos podem imitar sem saber que estão imitando. Ele afirma que os homens estariam todos numa espécie de *sonambulismo social*. Esse sonambulismo é menos uma dicotomia entre consciente e inconsciente do que um estágio de atenção aos acontecimentos. Tarde resume: “a sociedade é a imitação, e a imitação é uma espécie de sonambulismo” (idem:113).

Poderia parecer, à primeira vista, que Tarde faz apologia a um *criacionismo irresponsável*, o que não procede. As idéias não vêm de todos os lugares e a qualquer momento. O autor salienta que, para haver processo de criação, deve haver também um mínimo de reserva e de estabilidade. Ele atenta que “o homem não inventa pelo prazer de inventar, mas para responder a uma necessidade sentida” (ibidem: 118). O que garante a

invenção são as necessidades³⁹ e a imitação opera dando nexos à criação. Themudo, no livro *Sociologia e Subjetividade*, salienta: “a imitação dá consistência, institucionaliza os símbolos e ritos sociais, cria uma memória, nômade, que vem sempre abrir uma nova variação no enredo da vida social e desejante” (THEMUDO, 2002: 24).

A imitação é definida então como elemento fundamental da produção do campo social. Ela o constitui, visto que projeta uma certa memória, necessária para a formação dos grupos e da própria estrutura social. Tarde afirma que “a imitação é de tal modo a alma elementar da vida social que, no homem civilizado, a aptidão e a habilidade para imitar crescem mais depressa ainda de que o número e complexidade das invenções” (TARDE, 1976: 219). Por esse motivo a imitação transforma, segundo Themudo, uma “criação em um hábito” e este hábito, por sua vez, produz novas invenções. Há uma inter-relação essencial entre imitação e invenção. O efeito de propagação da imitação não produz apenas o mesmo, ao contrário, a imitação é um movimento que funciona na fronteira com a criação. O que se repete, portanto, é a diferença⁴⁰.

Em que consiste a imitação inventiva e como funciona? Tarde delimita dois aspectos na esfera extralógica da imitação: as imitações vagas ou precisas e as imitações refletidas ou espontâneas. O próprio autor não atribui muita importância a essas demarcações; no entanto, as utiliza a título de ilustração. O grau de complexidade das imitações aumenta com a complexidade das sociedades, em que os índices de civilidade são mais densos. As sociedades

³⁹ Em vários momentos do livro *As leis da imitação*, Tarde procura esclarecer a relação entre necessidade e invenção: “nenhuma necessidade social pôde ser anterior à invenção que permitiu conceber a mercadoria, o artigo, o serviço próprio para satisfazer” (TARDE, 1976: 119). Para Tarde há uma relação tênue entre necessidade e invenção. Uma não aparece sem a outra. Trata-se, assim, de uma impossibilidade de direito dizer o que vem primeiro: a invenção ou a necessidade.

⁴⁰ Esse sofisticado pensamento, que toma a repetição como diferença, foi delineado posteriormente no trabalho de Gilles Deleuze, em seu livro *Diferença e Repetição*. Talvez por isso as teses de Deleuze tenham contribuído em muito para uma releitura de Tarde. Num trecho pequeno de *Mil Platôs*, desenvolvido junto com Félix Guattari, Deleuze afirma que Tarde foi o responsável por uma tese singular em sociologia. Segundo Deleuze, apenas nas teses tardeanas é possível escapar de uma diretriz metodológica que acompanhou toda a sociologia clássica, a concepção do social como algo imóvel. Tarde afirma que o social é algo vivo e em constante mutação.

“mais avançadas” produzem imitações mais precisas, mais objetivas, dotadas, em suma, de regras mais sofisticadas. O cristianismo é um bom exemplo para se pensar esse aspecto - com o passar do tempo uma *idéia* de um homem torna-se conduta de um coletivo. Certamente, o cristianismo tornou-se mais exigente nas suas formas e regras. É um movimento natural que as sociedades mais avançadas produzam uniformidades, já que as imitações tornam-se mais precisas. Tarde afirma que “considerada sob que aspecto for, a vida social, ao prolongar-se, conduz fatalmente à formação de uma etiqueta, quer dizer, ao mais completo triunfo do conformismo sobre a fantasia individual” (idem: 220).

Com relação às imitações voluntárias e involuntárias, Tarde é categórico: essa relação entre consciência e inconsciência deve ser pensada de outra forma, visto que mesmo as imitações voluntárias partem de uma outra imitação. Portanto, essa dicotomia não permanece em seus escritos. Dito de outra forma, é característica fundamental das imitações diluir a separação entre a espontaneidade e a reflexão, já que, de certa maneira, “um hábito inconsciente começou por ser um ato querido e consciente” (ibidem: 223). As imitações, portanto, são reproduzidas na tensão entre aquilo que é espontâneo e aquilo que é refletido. As imitações operam entre esses dois eixos e, logo que emergem, a dicotomia espontaneidade/reflexão é desconstituída.

Dois outros elementos indicam as diferenças entre as sociedades: os costumes e as modas. O que dá consistência à imitação é por um lado o costume e por outro a moda. Tarde divide a imitação nesses dois eixos, os quais podem nos ajudar a esclarecer a diferença de graus entre imitações. Para Tarde, o costume é uma repetição que opera de forma autoritária. Os grupos sociais pertencem a uma língua, que produz suas regras, e estas são costumes. O costume estaria conectado com as sociedades pré-industriais, em que as culturas estariam menos propensas a mudanças e transformações. Podemos entender o costume a partir do termo tradição, já que este traz a dimensão da permanência. O que não podemos deixar de

entender é que todo costume foi uma invenção. Já a moda seria característica das sociedades móveis, afeitas a mudanças bruscas e velozes. A moda possui um aspecto mais inventivo, mais volátil e funciona principalmente por contágio. A moda traz com certa precisão a marca da invenção, já que rompe com as tradições promovendo outras séries imitativas.

Interessante essa demarcação para entender a própria natureza da moda. Para Tarde, a moda não é apenas uma repetição passiva, mas sim o elemento que fende determinadas séries tradicionais. Restaria conectar essa idéia aos dias atuais, em que a moda, ao contrário, passa a determinar com muito mais intensidade a manutenção de um *costume*, que é o de consumir⁴¹. Será que podemos afirmar que o consumo é uma tradição? De forma geral, sim, já que a partir do consumo as relações sociais se uniformizam. Hoje a moda parece garantir a estabilidade e uma certa “tradição” do consumo, a partir de uma releitura ininterrupta de pequenas outras tradições (alguns movimentos são constantemente “relidos” pela moda – hippie, ciganos, moicanos). Conclui-se de imediato que a moda parece ser bem menos inventiva do que argumenta Tarde, pois o problema se coloca: as nossas sociedades modernas, sociedades mais complexas, em que as invenções se produzem de forma mais intensa, parecem ser, paradoxalmente, as sociedades mais homogêneas.

Como pensar essas questões levando-se em conta a opinião? Hoje, a opinião é um clichê repetidor ou um elemento de projeção social? Se tomarmos como referência as teses de Tarde, veremos que as opiniões, nas sociedades modernas, circulam com mais intensidade, produzindo mais invenções, mais rupturas nos costumes. As sociedades modernas se conectam pelas opiniões, pelas idéias. Muitas vezes, as opiniões produzem também uma certa

⁴¹ A professora Janice Caiafa, no livro *Nosso século XXI – notas sobre arte, técnicas e poderes*, aponta para uma característica interessante da contemporaneidade na construção das imagens. Parece, segundo a autora, que as imagens estão expostas a uma espécie de domesticação universal. As imagens são generalizadas, o que implica uma certa neutralização de seu potencial. Ao mesmo tempo, são produzidas velozmente e apresentadas sob a égide da novidade, da superação. Mas isso não significa criação, produção de diferenças. Janice explica: “O capitalismo instaura essa temporalidade reacionária em sua estética e em sua política. É precisamente porque a atitude que deve organizar a experiência é, no capitalismo, o consumo, que é necessário para ele criar uma recentidade cega e surda... Consumir implica ingressar nesse tempo sem densidade, espacializado na ordem social.” Cf. p.50.

sensação de pertencimento ao campo social. O próprio Tarde aponta para esta característica. Ao lermos um jornal, não estamos simplesmente em busca de informação, e sim de pertencimento a uma determinada sociedade. Esse é o princípio de *atualidade*, não no sentido de novo, mas como forma de *socialidade*, como veremos mais adiante (TARDE, 1992: 28).

Por isso, é preciso compreender o que o autor entende por campo social. Não é uma sociologia das organizações e sim das projeções, dos contágios. Segundo Tarde, toda sociedade humana é um sistema complexo que tem em sua base as crenças e os desejos. Essas duas forças são o próprio fato social. Se as imitações-invenções operam dando formas às sociedades, as crenças e os desejos funcionam como conteúdos dessas produções sociais. As crenças e os desejos têm por função animar o campo social. As primeiras, resumidas a partir das religiões, da moral ou das políticas, organizam-se em instituições que são necessárias ao funcionamento da sociedade. Já os desejos, tanto estéticos quanto econômicos, mobilizam necessidades, conquistas, projeções de futuros sociais. Vargas completa:

As crenças e desejos são, respectivamente, as forças plásticas e as forças funcionais que animam a vida social. Mais do que isso, crenças e desejos são verdadeiras “quantidades sociais”, o fundo de toda a disposição social... são constantes e universais, uniformes e homogêneos, susceptíveis de crescer e diminuir, mas não de variar qualitativamente (VARGAS, 2002: 229).

Sempre por lutas, afrontamentos ou oposições, as crenças e os desejos projetam o tecido social, produzem materialidades concretas, em última instância, fazem o campo social se expandir a partir da imitação-invenção. Portanto, o social é feito de cruzamentos entre essas duas esferas que funcionam em complementaridade apesar de suas diferenças intensivas. O que Tarde nos indica é que as relações sociais não são tão simples, que o social não funciona por estabilidade e sim por micromovimentos, por perturbações infinitesimais. Cabe à sociologia estudar as correntes das crenças e dos desejos, os fluxos intensivos e moleculares, deixando de lado as representações sociais. Pois se as representações formam

grandes conjuntos, amplas linhas estáveis, as propagações perseguem o movimento ininterrupto que define o próprio campo social.

A partir do trabalho de Tarde, podemos entender também que, para haver projeção, é preciso que a imitação consubstancie a invenção. Ou seja, para termos a diferença como fundamento de um determinado campo social, é preciso um *locus* de onde as coisas partam. O que se observa nas sociedades modernas é uma intensidade das produções inventivas que são rapidamente descartadas e dão espaço para outras invenções. A moda opera como demarcador dessas sociedades.

Arriscaríamos afirmar que, nas sociedades modernas, as opiniões são menos imitadas do que inventadas. Estaríamos passando por um período de falta de imitação e de excesso de invenção. O que organiza a invenção na contemporaneidade é o próprio consumo. E se o consumo é o amálgama, vale apontar para a precariedade das experiências que ele emoldura. Se tomarmos como exemplo a moda, como indica Tarde, podemos pensar acerca dessa mudança. A moda, que segundo o autor seria o ápice de uma sociedade inventiva, instaura, na verdade, uma série de novos problemas. É fato que a moda mantém uma afinidade com um passado, a releitura das tradições, e o retorno dos períodos históricos aponta para esta relação. No entanto, parece que a tradição não é lida de forma a querer conservá-la, adensá-la ou mesmo intensificá-la para que possa produzir novas séries imitativas. O que o consumo imprime é uma relação veloz de inventividade, de informação, numa profusão de “novidades” que emperra a produção da diferença, da conservação, da temporalidade densa da criação. Segundo Tarde, as organizações sociais são projeções de imitação-invenção, uma, portanto, não emerge sem a outra. Nas sociedades modernas o consumo ultrapassou a viabilidade da imitação, as modificações empreendidas por ele transmutaram as possibilidades de imitar. Poderíamos concluir que saímos da imitação-invenção para o consumo-invenção.

Na “sociedade da comunicação” essa tese pode ser deslocada para a opinião. Hoje, somos orientados pelo signo da velocidade, da possibilidade da renovação constante. Somos bombardeados pelas notícias e esse fenômeno faz a informação envelhecer rapidamente. O mais grave é pensarmos que a velocidade tornou-se sinônimo de riqueza. Quanto mais informação, mais riqueza. Essa lógica passou a guiar cegamente os meios de comunicação. E pode até apontar, num primeiro momento, para a pluralidade de idéias, para a diversidade de pontos de vista. Quanto mais informação, mais democracia, mais idéias, mais variedade. No entanto, paradoxalmente experimentamos um movimento contrário nas últimas três décadas. A velocidade das informações facilita a produção excessiva de clichês, de opiniões que apenas reiteram preconceitos. Estamos na passagem da opinião-invenção para a opinião-consumo. Em nada o consumo aponta para a diferença, mas, em sentido oposto, ele procura manter os pontos de vista, sob a pseudo “liberdade de expressão”.

1.2. Questões para uma teoria da opinião

A teoria da opinião de Gabriel Tarde busca pensar a opinião fora de um indivíduo e dentro de um ambiente coletivo. A opinião não traz em si uma identidade, não é de um indivíduo supostamente isolado do coletivo. Aliás, Tarde supera e muito a dicotomia entre social e individual que marca os estudos da sociologia. A opinião é um elemento de conjugação entre os cérebros, de união entre as diferenças que compõem o campo social.

Segundo o autor, as opiniões não são inventadas e sim descobertas por esse “cérebro individual”. Tarde, a todo momento, transita entre dois termos, idéias e opiniões, que, entretanto, parecem apenas nomes diferentes atribuídos à mesma coisa. Todas as sociedades, segundo o autor, sempre tiveram como elemento básico constitutivo as trocas de idéias. No entanto, com o surgimento da imprensa, a qualidade dessas trocas se modifica. As trocas se intensificam, tornam-se mais velozes e as opiniões mais voláteis. Para Tarde, esse aspecto deve-se em parte à complexificação das sociedades. Os indivíduos das sociedades modernas

tendem a se sugestionarem mutuamente. Eles alternada e reciprocamente se automodelam graças às combinações entre invenção e imitação (TARDE, 1992: 89).

A transformação de uma opinião individual numa opinião coletiva se inicia na Antiguidade e na Idade Média, quando se coloca em funcionamento a palavra pública e quando as conversas privadas começam a produzir juízos e valores. Há uma intensificação desse processo com a modernidade, com o movimento frenético das cidades, o surgimento dos meios de transporte, como as vias férreas, e a rapidez das comunicações. As pessoas produzem gostos e valores que rapidamente se maximizam dentro do tecido social. Os valores são inventados e imitados e ao mesmo tempo abrem precedentes para outros valores. A invenção torna-se freqüente nas sociedades modernas. Concomitantemente à velocidade, as opiniões circulam e as fronteiras diminuem, tangenciando ainda mais as relações entre os indivíduos. Nessas sociedades, as opiniões percorrem o tecido social intensamente, conjugando dois conceitos que vão demarcar toda a contemporaneidade: velocidade e instantaneidade. As opiniões tornam-se demasiadamente voláteis e se transmutam profundamente. Tarde chega a afirmar: “nacionalizar pouco a pouco e inclusive internacionalizar cada vez mais o espírito público, foi essa a obra do jornalismo” (idem: 89).

O que Tarde parece considerar é uma espécie de evolução inerente às modificações impetradas pelos novos meios de comunicação, o que não o leva a desconsiderar as relações de poder. No entanto, para Tarde, a opinião não deve ser pensada a partir de uma lógica de poder, visto que não é um conceito político e sim um elemento de vínculo social. E o vínculo social não reside propriamente nos conteúdos das opiniões, mas no fato de que essas opiniões estão sendo compartilhadas. É no uso das opiniões que está ancorada a verdade do fato social e esta verdade é uma determinada comunidade que se projeta, que se produz⁴².

⁴² Essa tese produz poucas ressonâncias com as teses de Habermas. Para o frankfurtiano, a opinião é conduzida por uma publicidade alienante e degradante. A opinião, portanto está degradada na sociedade de massa, por isso

O pensador Gabriel Tarde analisa as opiniões a partir de uma perspectiva inovadora: elas estão sempre lá, em algum lugar, por isso precisam ser descortinadas, descobertas por uma série de mecanismos que envolvem a imitação-invenção, como já explicamos. Há um número finito de idéias e estas são reveladas ou trazidas à luz para propagar o campo social. O social se constitui exatamente neste ínterim entre as idéias e o indivíduo. No entanto, não existe uma rigorosa delimitação entre social e individual. Há um atravessamento mútuo, como explica Dominique Reynié no prefácio de *Opinião e as Massas*:

Pode-se dizer, em última análise, que nessa teoria da opinião não há interioridade do produtor. Ao descobrir uma idéia, este manifesta simplesmente sua adequação a uma exterioridade, na verdade, a uma Natureza, que o excede largamente, ou melhor, que o atravessa totalmente e da qual ele é apenas um dos elementos (REYNIÉ *op.cit* TARDE, 1992: 5).

As opiniões funcionam então como efeitos das relações sociais. O que Tarde entende como social é exatamente a propagação de idéias e opiniões. Mas elas possuem a mesma intensidade e se propagam homogeneamente? Isso parece absurdo para um pensador que procura exatamente as instabilidades do campo social. As opiniões se diferenciam em graus de intensidade. Tarde não nega o poder persuasivo, por exemplo, dos publicistas com relação às opiniões. Mas o jogo incessante em que as opiniões estão imersas é de combate e de combinação. Algumas opiniões se contrapõem e produzem interferências mútuas, outras, ao contrário, partilham os mesmos sentidos. Em princípio, não podemos demarcar essas intensidades, mas as reverberações das opiniões são expressas nas modificações que elas propõem. Num trecho esclarecedor, Tarde indica o papel do jornalismo na propagação de idéias:

O jornalismo é uma bomba aspirante-premente de informações que, recebidas de todos os pontos do globo, cada manhã, são, no mesmo dia, propagandas a todos os pontos do globo no que elas têm ou parecem ter de interessante ao jornalista, tendo em vista o objetivo que ele persegue e o

Habermas conjectura sobre o poder passivo de uma opinião pública, por exemplo, visto que esta não representa efetivamente os anseios de uma comunidade esclarecida. Habermas relaciona a opinião ao domínio institucional, tese diferente de Tarde. Cf. *Mudança Estrutural na esfera pública*.

partido do qual é a voz. Suas informações, em realidade, são impulsos gradativamente irresistíveis. Os jornais começaram por exprimir a opinião, inicialmente a opinião local de grupos privilegiados, uma corte, um parlamento, uma capital, dos quais reproduziam os mexericos, as discussões, os discursos; acabaram por dirigir e modelar a opinião quase a seu bel-prazer, impondo aos discursos e às conversações a maior parte de seus cotidianos (TARDE, 1992: 89).

Em concordância com esse combate de opiniões, Tarde parece predizer a importância que a propaganda e os meios de comunicação viriam a exercer na produção e manutenção de uma *opinião consumida*. Esse termo, alavancado por Dominique Reynié, no prefácio de *A Opinião e as Massas*, aponta para o intento de Tarde em relação ao estudo da opinião. Reynié diz que, no crescente desenvolvimento da imprensa, a opinião discutida cede lugar à opinião consumida, visto que a opinião se acopla com mais intensidade à moda, eixo principal das sociedades modernas (idem: 9). Mas é preciso atentar para esse termo com precisão. Para Tarde, como já apontamos, a questão não reside nos conteúdos das opiniões e sim na sua utilização. Subtende-se que as opiniões, nas sociedades modernas, obedecem à mesma lógica dos produtos, propagam-se com intensidade no campo social. A imprensa seria a grande responsável por esse oferecimento de opinião em grande escala. Pois o indivíduo opta por opiniões como se fossem produtos.

O que vai caracterizar a passagem sociológica (e psicológica) da categoria de multidão para a de público é exatamente essa nova relação com as idéias, esse novo consumo de opinião. Na multidão, as idéias obedecem a uma certa materialidade espacial, já no público mantêm seu contato por um contágio à distância. Conforme apontamos no capítulo anterior, a multidão está mais afeita a relações espaciais demarcadas, os contatos são empreendidos via corpos. No público, as conjugações sociais são mais espiritualizadas. Nessas sociedades democráticas, as propagações seguem movimentos mais intensos amparados pelos meios de comunicação. O que seria então uma opinião pública? Nada mais do que uma opinião que subjuga outras tantas opiniões e permanece como fonte integral de um pensamento coletivo.

Tarde não se preocupa em discutir a legitimidade ou não desse termo, mas em pensar acerca das interações possíveis a partir dele.

1.3. Estatística como cartografia das intensidades

Certamente, a imprensa marca definitivamente uma nova fase das relações sociais. Não sabemos ainda dimensionar até que ponto o jornal diversificou os espaços de conversação social, mas podemos efetivamente entender sua importância. Este veículo internacionalizou os discursos, fragmentou os poderes, dissolveu as verdades absolutas e, segundo o autor, “ajudou a criar o *poder do número* e a diminuir o caráter, se não a inteligência” (TARDE, 1992: 85).

Os questionamentos de Tarde sobre o papel da imprensa se desenvolvem concomitantemente às reflexões sobre o campo social. Segundo o autor, “a coisa social, como a coisa vital, deseja acima de tudo propagar-se e não organizar-se” (TARDE, 1976:54). Com essa assertiva, Tarde aponta, antes de tudo, para uma nova função das teorias sociológicas, que deveriam se perguntar acerca das propagações e de suas intensidades. Cada propagação exerce novos vínculos sociais e esses vínculos viriam de várias partes, aliás, de pequenas partes, de diferentes discursos, de micropercepções. A sociologia tardeana está atenta então aos pequenos acontecimentos.

Parece que, em relação ao estudo da opinião, Tarde trouxe ainda mais novidades. Curiosamente, foi o primeiro pensador a preparar terreno para as pesquisas de opinião. Não só porque durante certo período exerceu cargo de juiz civil e teve como principal função analisar estatísticas criminais, como também por ser um dos primeiros pensadores a criticar um determinado uso dessas pesquisas.

O estudo da estatística deveria se debruçar, segundo o autor, mais detidamente sobre as medidas de propagação. Ela teria a tarefa de ser uma espécie de *consciência da comunidade* e não apenas uma mensuração comercial. Um verdadeiro estudo sociológico não

deveria descartar estudos de campo nem análises de caso. No entanto, essas análises deveriam apontar para as intensidades das propagações, para as tendências de composições e recomposições entre forças. Isto significa afastar-se de um modelo estatístico legitimado, naquele momento, por uma perspectiva positivista.

O campo social é um sistema fora do equilíbrio e como tal funciona a partir de unidades heterogêneas, de fluxos que têm como base a imitação-invenção. A estatística, como representação desse sistema, teria que estar atenta às variações, às multiplicidades. Acima de tudo, Tarde acusava uma visada industrial e comercial que os estudos da estatística assumiram naquele momento. Para o autor, a estatística deveria ser feita de curvas e de movimentos e não de mapas com proposições fechadas. Ela deveria apontar as intensidades da imitação, as possibilidades das propagações. Segundo Tarde, a estatística

lança sobre os fatos humanos um olhar totalmente abstrato e impessoal: não se ocupa dos indivíduos, de Pedro ou de Paulo, mas das suas obras; ou melhor, dos seus atos, revelação das suas necessidades e das suas idéias: ato de fabricar, de vender ou de comprar tal produto, ato de cometer ou de reprimir tal delito, ato de pleitear, em separação de corpos, ato de votar em tal ou tal sentido (idem: 129)

Tarde parece denunciar uma má utilização da estatística, visto que ela se fundamenta em premissas equivocadas. Primeiro porque não avalia as intensidades das opiniões. Numa pesquisa de intenção de voto, as estatísticas apresentam apenas dados que mostram em quem o indivíduo vai votar. Se identificamos que 50% dos eleitores votam no candidato A e 50% no candidato B, esta informação matemática não pode indicar o grau de tensão dessas escolhas, os níveis subjetivos que cada voto comporta. Essa simples escolha abole as reais implicações políticas, sociais, estéticas e subjetivas. Esses dados apenas mapeiam e classificam os fluxos sociais por representações estáticas.

Ainda sobre a má utilização da estatística, o pensador afirma que, ao invés de tentar mensurar o porvir, essa apenas consegue medir as imitações-invenções já efetivadas, ou seja,

apenas consegue apontar para aquilo que já é uma realidade social, portanto para aquilo que já está se modificando.

Como um estudo matemático como a estatística poderia acompanhar as invenções de uma sociedade em que a imitação-invenção fosse a mola propulsora? Para Tarde, as idéias que compõem um determinado campo social se propagam quase que naturalmente, principalmente se estiverem acopladas a uma necessidade. Essa propagação funciona produzindo curvas que aparentemente não se detectam. No entanto, as idéias se propagam irregularmente e produzem encontros inevitáveis. Dessas pequenas estabilidades momentâneas, desses intervalos de equilíbrio instauram-se gráficos para as pesquisas estatísticas. Tarde entende que é preciso aperfeiçoar os meios estatísticos porque seu papel não é o de observador e sim de servidor público. Cabe à estatística apontar as agruras da imitação, os erros da *socialidade*.

Parece que a proposta de Tarde em nada se assemelha às propostas dos institutos de opinião contemporâneos. Eles absolutamente se tornaram consciências móveis das sociedades, tal como Tarde pensou. No entanto, operam de forma a produzir essas consciências mais do que apontá-las. Os dados efetivamente substituíram as séries de invenções. Se uma *socialidade* é formada de imitação-invenção e tem por objetivo produzir outras séries de imitação-invenção, isso não acontece com as pesquisas. Elas estagnam o movimento em prol de dados, de números estanques, que na sociedade atual produzem intensas relações de poder.

1.4. Socialidade e formação do público

Para Tarde, o termo que mais se aproxima desse aspecto processual e dinâmico do campo social é a *socialidade*. A *socialidade* traz a dimensão da associação e da imitação social concomitantemente. Na tentativa de realizar uma análise dos processos de imitação-invenção, o autor procura se afastar de categorias como indivíduo e social, e apresenta a

socialidade como essa nova esfera responsável pelas transformações das antigas coletividades. As sociedades são associações que se expressam em diversificados graus de intensidade. A *socialidade* seria esse tipo de associação em que a imitação-invenção organizaria o campo (idem: 85). Para Tarde, o público é que representa mais adequadamente o modelo de *socialidade*. O público se constitui por laços fundamentalmente imitativos-inventivos.

É em seu livro *Opinião e as Massas* que as bases da teoria da opinião e do público serão lançadas. Nele, Gabriel Tarde analisa as origens e o desenvolvimento do conceito de “público” e as novas relações travadas dentro da *socialidade*. Segundo o autor, quanto mais complexas as sociedades, mais estas se imitam produzindo invenção. O público representaria o máximo de imitação; por isso a pressuposição de que o público é “uma evolução mental e social bem mais avançada que a formação de uma multidão” (TARDE, 1992: 33).

De fato, para Tarde, há uma evolução social que tem como efeito o público. A definição é bastante precisa: público é “uma coletividade puramente espiritual, como uma disseminação de indivíduos fisicamente separados e cuja coesão é inteiramente mental” (idem: 28). O público aparecerá com a imprensa, visto que é dela a responsabilidade de reforçar um contágio invisível dos indivíduos, produzindo opiniões que são compartilhadas por pessoas que “não se tocam e não se vêem”. Na tentativa de historiografar a acepção de público, Tarde salienta que em nenhum outro momento histórico aparece esse termo. Mesmo na Antiguidade, o que se experimentava eram as relações em auditórios e na *ágora grega*, espaço por excelência de encontro; portanto, as relações eram materiais, concretas, espaciais. O conceito de público nasce no século XVI com a imprensa e uma relação “imaterial entre os componentes de um grupo”.

Curioso como Tarde, já no fim do século XIX, aponta para o papel crucial que a imprensa assumiria algumas décadas depois. Se as sociedades inferiores encontram as

referências sociais a partir de um agregado material, este, aliás, característico das multidões, nas sociedades de imprensa as relações são de outra ordem. Elas se constituem facilmente a partir de contágios, de encontros e do princípio de *atualidade*. A sensação de atualidade é a grande marca do público, pois para os indivíduos compartilharem um pensamento à distância, será preciso um interesse geral que os ligue de alguma forma. O autor se pergunta:

(por que ao abrir) um jornal que julgo ser do dia e nele leio com avidez certas notícias; depois me dou conta de que data de um mês, ou da véspera, e ele deixa de me interessar imediatamente. De onde provém esse desgosto? (TARDE, 1992: 31)

Esse é o princípio geral da atualidade, amalgamar as relações a partir de um interesse comum. A *atualidade* não se confunde com o que é novo, mas com uma sensação de pertencimento, de ligação entre os indivíduos. Leio o jornal de ontem e já não tenho mais certeza de estar compartilhando algo com alguém. É essa sensação que garante a relação com o grupo. Tarde complementa: “em suma a paixão pela *atualidade* progride com a *socialidade*” (idem: 32).

Certamente, após o aparecimento da imprensa, as transformações sociais se intensificaram, fato que ocasionou uma maior possibilidade de circulação dos fluxos sociais. O que Tarde parece não responder é por que as associações de imprensa parecem tão afeitas a homogeneidades e igualdades. Segundo o autor, é nesse grupamento social que a imitação-invenção encontra campo fértil para se estender e propagar. Essa característica marca uma das diferenças entre a multidão e o público. A multidão está mais vulnerável aos elementos naturais, vento, sol, chuva, e, contrariamente, o público se constitui a partir de indivíduos críticos que fazem escolhas também críticas. Como pensar essa característica construtiva, inventiva e crítica das sociedades de imprensa se o que experienciamos atualmente é uma produção de homogeneidades em escala global? Ora, o próprio autor admite que a imprensa conduz de forma precisa a discussão de um grupo.

O público, essa multidão dispersa, não é essencialmente passivo? Em realidade, quando é elevado a um certo tom de exaltação, do qual seus publicistas são advertidos por seu hábito cotidiano de auscultá-lo, o público age por eles, assim como manifesta por eles, impõe-se aos homens de Estado que se tornam seus executores. Isso é o que se chama poder da opinião (TARDE, 1992: 65-66).

Uma vez discutido esse aspecto passivo do público, Tarde atenta para a característica humanista da imprensa, que responde às suas funções de pacificadora quando “mantém o público num bom humor mais ou menos constante, favorável à paz” (idem: 66). Parece paradoxal essa idéia. Ao mesmo tempo em que a imprensa conduz os argumentos de determinadas opiniões, produzindo o que o autor denomina de *clientela flutuante*, há por outro lado a criação de um público minimamente crítico que pode, a partir de combates de idéias, conduzir suas próprias opiniões, insurgindo-se até contra os poderes institucionais. A grande cisão entre o período não industrial e o período industrial seria exatamente essa possibilidade de se formarem redes sociais múltiplas, das autopenetrações entre os indivíduos.

No entanto, é com precaução que Tarde se detém na modernidade e afirma que seria “um erro profundo enaltecer as coletividades, mesmo sob sua forma mais espiritual” (ibidem: 75). O autor salienta que o perigo das democracias é a perturbação e agitação constantes, o que dificulta um pensamento sobre as coisas, e completa: “é difícil baixar um sino de mergulhador num mar muito agitado” (Idem). Tarde não se detém sobre a questão da persuasão das opiniões, visto que, em todos os momentos históricos, os homens, com maior ou menor intensidade, se imitavam. A tônica do seu trabalho consiste em delimitar as novas formas de relação que engendram a formação de públicos. O seu interesse reside em entender as novas interações que são projetadas por essa nova entidade social. Tarde aponta para um processo de abertura na produção de opiniões, na criação de sentidos novos. A opinião, para o autor, é um efeito de propagação num quadro em que os agentes, imprensa e público, autodefinem-se mútua e velozmente.

2. Micropoderes, propagações e subjetividade

O que Gabriel Tarde nos indica com grande eloquência é um novo olhar sobre a pesquisa sociológica. A microssociologia que propõe está atenta às desestabilidades e às transformações que constituem o tecido social. Um aspecto importante da opinião é a sua constante relação com as leis da imitação. Para Tarde, a opinião deve ser considerada como elemento que constitui fato social, ou seja, como algo que se compartilha a partir de uma propagação ativa em que a imitação-invenção opera de forma definitiva. A opinião, portanto, é produto de uma propagação e a propagação, por sua vez, é responsável pela formação da sociedade.

Parece-nos bem evidente que o interesse desse sociólogo é entender o princípio geral da formação do campo social, no qual a imitação e a invenção se constituem como forças motrizes. Essa instigante e nova forma de conceber as interações possibilita-nos relacionar os estudos de Tarde aos aspectos moleculares do poder pensados por Michel Foucault. Se, para Tarde, as formas e as representações sociais devem ser tomadas em seus desequilíbrios e em suas propagações, ou melhor, se elas devem ser *inventadas*, também Foucault aponta para os processos de constituição dos campos sociais amparando-se na idéia da produção.

Foucault já havia salientado uma mudança de perspectiva com relação ao poder: ele produz mais do que cerceia, projeta mais do que domina. Poder para Foucault é produção de novos saberes, ou, dito de outra forma, o par poder-saber caminha junto na formação das *epistêmes*. Este sofisticado pensamento exaure as formas clássicas de tomar o poder como algo que cerceia e manipula. Poder não é instituição, nem um domínio, mas um campo de forças. O poder não é mais concebido como algo que se detém, e sim como algo que produz, que inventa, que instaura certos modos de apreender as realidades. Essas relações são produzidas a partir de pequenos acontecimentos, de minúsculos fatos, posto que os poderes são micropoderes.

Gabriel Tarde se aproxima de Foucault na medida que concebe os fluxos sociais também a partir de rupturas, de instabilidades e pequenos acontecimentos. No entanto, como alerta Foucault, a cada *epistème* adequam-se novas formas de poder, para cada momento há novas formas de saber. As propagações tardeanas caminham com os poderes, ou seja, são os poderes que produzem as propagações.

Cabe perguntarmos então que tipos de poderes constituem as opiniões contemporaneamente, quais são as resistências produzidas. Esse sofisticado modo de conceber o aspecto produtor do poder abriu precedente importante para se pensar a contemporaneidade, cuja marca é a velocidade. Com as inovações técnicas, científicas e culturais, o homem contemporâneo sente o tempo escapar, fugir, exaurir. Nessa nova relação com o tempo, o capitalismo produz a demanda do consumo, desestabilizando antigos modelos que exigem um tempo *ralentado*.

Às antigas instituições das sociedades industriais, veio se sobrepor o tempo acelerado das sociedades de informações, nas quais as relações se constituem processualmente, sempre em andamento. A família, a escola, os vínculos afetivos são colocados em suspensão, dando lugar a vínculos mais flexíveis, instáveis, que acompanham com eficácia os ditames do mercado. As formas e estabilizações cederam espaço aos fragmentos e às inconstâncias, e essa mudança de paradigma, experimentada com ênfase nas últimas três décadas, fez o pensamento de Foucault e o de Tarde ecoarem com intensidade.

Os autores chamaram atenção para as novas formas de sociabilidade em curso. Tarde, no fim do século XIX, apontava para a formação dos públicos. O público como novo agrupamento social em que as relações são travadas a partir de idéias, de imitações-invenções, como explicamos. E Foucault, que acenava com as relações de poder-saber, as quais se produzem desestabilizando e estabilizando formas singulares em determinadas *epistèmes*.

Nesse modelo, como indica Guattari (1986), são as subjetividades que se constituem como riqueza. Uma agitação nas subjetividades, uma transformação nos comportamentos podem desencadear mudanças no tecido social. E o capitalismo, como máquina de produção de signos, sustenta-se pela fabricação das subjetividades em escala mundial. Por isso, no cenário de produção de subjetividades, as propagações são moleculares e os poderes capilares. É no cotidiano, em seus ínfimos detalhes, que as formas são concebidas, que as curvas são delineadas. Themudo assim apresenta;

Não é possível um estudo das sociedades sem um estudo sobre as subjetividades; produção social é produção subjetiva. É o mesmo erro, diz Tarde, que um físico comete ao estudar os compostos atômicos descartando a análise dos átomos. O social não é mais animado por forças abstratas, mas por uma multiplicidade de indivíduos em constante interpenetração, em mútua constituição. (THEMUDO, 2002: 23).

As subjetividades são aquelas pequenas estabilizações cotidianas que se produzem constantemente a partir de agenciamentos. Elas podem apontar para o novo, o inconcebível, ou podem estar vulneráveis aos poderes. Segundo Guattari, a subjetividade é o último refúgio do capitalismo. Do mesmo modo que os produtos são vendidos, as subjetividades são produzidas. O autor afirma:

No Japão, por exemplo, não se tem petróleo mas se tem – e como! uma produção de subjetividade. É essa produção que permite à economia japonesa se afirmar no mercado mundial, a ponto de receber a visita de centenas de delegações patronais que pretendem “japonizar” as classes operárias de seus países de origem” (GUATTARI, 1986: 26).

Torna-se premente conectar micropoderes, propagações e subjetividades para podermos entender como se comporta a opinião na contemporaneidade. A opinião se produz a partir desses elementos, da conexão entre eles. Ela é um mister de imitações-invenções que acionam determinadas subjetividades e estão relacionadas a determinados poderes.

Com o pensamento foucaultiano, podemos distinguir as relações de poderes moleculares ligados às opiniões. Como apontamos no segundo capítulo, a mídia, a partir de uma visibilidade, agencia poderes, incita opiniões e admite posições contrárias sobre os

acontecimentos. Fala-se sobre os fatos, convive-se com os fatos, concorda-se ou não com eles. Mas queiramos ou não, a mídia constitui-se como lugar de onde partem as realidades. Porque dependendo de como ela as concebe, são produzidas subjetividades específicas, decorrentes da ação midiática.

Já Tarde nos incita a propor duas diretrizes para a formação das opiniões: de um lado, a opinião pode ser conduzida por *agendamento*, e como o próprio termo sugere, esse é propositivo, suscita um determinado discurso, mas não o determina. A tese do *agendamento*, explicitada no capítulo anterior, procura entender a mídia fora do modelo manipulador e persuasivo, afirmando, no entanto, que há uma reverberação dos assuntos por ela propostos.

Por outro lado, como efeito do par imitação-invenção, a opinião produz apenas mais relações de *socialidade*, de pertencimento. Este último caminho parece apontar tão-somente para o aspecto propagador das opiniões. Mas se Tarde nos apresenta uma nova forma de pensar o social, mais como propagação do que como organização, o autor também pode estar se dirigindo a uma dimensão criativa e diferencial das opiniões. Segundo esse raciocínio, elas produziriam sentidos de sentidos e se estenderiam infinitamente no tecido social.

Sabemos que não podemos desconsiderar o aspecto dos conteúdos inerentes às opiniões. Tarde também indica que as imitações produzidas no campo social funcionam sempre associadas a invenções; portanto, as opiniões são imitações de diferenças, conforme explicamos anteriormente. Mas verificamos que a velocidade de produção das opiniões emperra a capacidade de inseri-las num processo de criação, fazendo-as redundar em opiniões do mesmo, opiniões de consumo. Daí decorre uma diferença fundamental entre a opinião na Grécia Antiga e na contemporaneidade.

Para o grego, opinar era estar em complementaridade com um certo *socius*. Assim, na Grécia, o espaço comum era o lugar do reconhecimento e do exercício da liberdade, permitia uma real intervenção nos caminhos trançados pela *polis*. O grego opinava porque tinha uma

verdade, porque exercia sua *presença* num coletivo. Hoje, opinamos porque há uma espécie de *função opinativa*. Discorremos sobre tudo, de física quântica, passando pelo futebol, até as questões governamentais. Mas nossas opiniões repetem opiniões de opiniões, são *palavras de ordem* que se sustentam em pressupostos fragmentários e provisórios. Em suma, hoje a opinião não produz tradição, tão fundamental, como indica Tarde, para gerar outras séries imitativas-inventivas de opiniões.

2.1. Dois aspectos diferenciais: sujeito e subjetividades

Devemos antes de tudo ampliar o conceito de subjetividade, cuja definição tem sido objetivo constante das filosofias contemporâneas, principalmente depois do legado nietzschiano. Qual seria a diferença entre o sujeito e a subjetividade?

A bandeira moderna, que fixa o sujeito como dado central de toda e qualquer experiência do mundo, foi hasteada por Descartes. “Penso, logo existo” produziu uma nova *démarche* no pensamento ocidental e durante séculos delimitou os estudos da filosofia. O projeto cartesiano teve como desígnio assentar as bases do conhecimento, delimitar o racionalismo e conquistar a liberdade através da razão, talhando o espírito do homem em busca da verdade.

O aparecimento do sujeito empreende, assim, uma radical mudança de perspectiva na história da filosofia. O *cogito* passa a ser o fundamento do pensamento e também o objeto pensado. A partir de seu desenvolvimento, inaugura-se o chamado modelo da representação⁴³. Dentre outros aspectos, através da representação, o pensamento opera por pares antitéticos, funciona por regulagens e engrenagens da contradição. Essa maneira singular de engendrar o pensamento produziu a modernidade.

⁴³ No transcurso de nossa dissertação de mestrado, defendida em 2000 nesta mesma instituição, detemo-nos mais detalhadamente nesse modelo representacional complexificado por Kant. Cf. *Era tecnológica e produção de subjetividade*, Moreira, Rejane p. 20-27.

Bem distantes desse projeto, pensadores contemporâneos das décadas de 60 e 70 arriscaram buscar novos fundamentos para o pensamento. Freud havia deixado seu legado, o pensador, através das três feridas narcísicas, a saber, Copérnico — a terra não é o centro do universo, Darwin — o homem não é o centro da criação divina, é apenas uma etapa da evolução biológica das espécies e o próprio Freud — o homem não é dono de si mesmo, pois o inconsciente lhe escapa — proclamando a impossibilidade de pensar um sujeito. Na esteira de Nietzsche, nomes como Deleuze, Guattari e Foucault perseguiram, em seus estudos, o afastamento do modelo representacional. Através de uma nova operatória de pensamento, produziram mudanças nos conceitos de história, sujeito, tempo, espaço, categorias pretensamente garantidas pelo empreendimento filosófico moderno.

Foucault apresenta originalmente a problemática do sujeito. O autor centra seus estudos nos processos históricos e suas discontinuidades, podendo a partir daí verificar as mutações e construções de mundo, de modos de viver, conhecer, perceber e sentir. A análise histórica lhe permite localizar no tempo a emergência de novos domínios do saber, novos objetos e novas técnicas. Foucault confirma assim que o conhecimento é construído e, mais ainda, as formas de conhecimento também o são. Se o sujeito de conhecimento também é histórico, torna-se necessário pensá-lo segundo uma concepção que descarte a idéia de uma suposta *natureza humana*⁴⁴. Ao sujeito cartesiano opor-se-á o conceito de *subjetividade*, ao qual se acopla a idéia de produção, de fabricação. Assim, ao lado de novos saberes, novos objetos e novas técnicas, emergem também novas formas de sujeito, ou melhor, novas *formas de subjetividade* e novos *modos de subjetivação*.

A história das discontinuidades foucaultianas nos inspira a entender a formação das opiniões, pois se afasta de um pensamento teleológico, em que a opinião deveria estar

⁴⁴ Um dos temas centrais de Foucault: não existe natureza humana. A idéia de homem, assim como de social, foi inventada numa rede de *saber-poder* (as relações de poder não são exteriores e nem estão em posição de superestruturas com outros tipos de relação) em que o privilégio não está na instância econômica, como no marxismo, por exemplo, e sim nos *atos morais*.

necessariamente inserida num processo de evolução social, principalmente se conectada às conquistas das massas, como o sufrágio universal e as democracias modernas, tal como apresentamos no capítulo anterior. Para pensarmos a formação da opinião sem precipitar uma idéia democrática, precisamos compreender o que Foucault entende por *modos de subjetivação*, e como esse conceito está conectado ao par *saber-poder*.

Foucault inaugura sua fase genealógica com o livro *História da sexualidade*, em que procura delimitar a formação da sexualidade num ambiente social. De início, ele nos alerta: “a análise de uma certa formação de saber sobre o sexo não mais se limita ou se vincula àquela da repressão ou da lei e sim ao poder”. Através de relações de poder — poder agora positivo, ou seja, aquilo que produz, inventa, fabrica, muito mais do que cerceia, impede ou censura — tornou-se possível falar sobre o sexo, “de um ponto de vista purificado e neutro”⁴⁵. Assim, o sexo, por uma constante incitação aos discursos, discursos estes que buscavam a sua verdade, emerge enquanto um objeto de pesquisa científica, dotado de especificidades.

O conceito de poder elaborado por Foucault fornece a base necessária para se pensar o aparecimento da idéia de sexualidade. Poder não está ligado a Estados e instituições, que submetem os cidadãos; não se caracteriza por um sistema de dominação, em que grupos ou elementos o exercem. Não se deve procurar o poder em pontos fixos e centrais, num único foco irradiador de forças. O poder não proíbe ou reduz, e sim produz. É em princípio “multiplicidade de correlações de força”. Essas correlações de forças formam cadeias ou sistemas, defasagens e contradições. Por esta razão, não se pode dizer o que é poder sem percorrer suas cadeias, averiguar seus percursos e mostrar seus efeitos. A palavra força, que

⁴⁵ O poder sai do campo da repressão e passa a ser pensado em suas relações, em seus cruzamentos e redes. Com relação à sexualidade, isso se torna visível, já que uma verdade sobre a sexualidade é produzida a partir de um jogo constante de forças. A sexualidade não é uma evidência histórica e, segundo Foucault, foi no fim do século XVIII que ela virou matéria de especialistas, pedagogos, médicos, psicólogos. Faz-se muito sexo, faz-se pouco sexo, a criança se masturba, tudo é objeto de análise. Com uma constante incitação ao discurso, o sexo se acopla ao modelo normativo. O que não pode ser regulado é posto numa zona de indiscernimento e relegado ao silêncio. Cf. Foucault, Michel. *História da Sexualidade*.

comumente se emprega para definir poder, apresenta claramente esse caráter de maleabilidade. Não é possível definir uma força sem relacioná-la a outra força.

É neste sentido que procuramos relacionar a produção de subjetividade ao problema da constituição da opinião. A opinião é um elemento integrante das subjetividades. O corpo social, suas instituições e a linguagem também se tornam, assim, alguns dos componentes heterogêneos na formação dos grupamentos. Componentes que são mais ou menos privilegiados no processo construtivo e ininterrupto de propagação do social. Segundo Tarde (1992), a opinião está irremediavelmente ligada à imitação, que é um dado importante para a composição do tecido social. Portanto, não há como formar um grupamento social sem a repetição, ou imitação. As idéias, as opiniões operam nesta sistemática “evolutiva”; constantes e incessantes fluxos inventivos são acompanhados de uma repetição inerente ao corpo social.

O que Tarde denomina por “coletividade social” é um somatório mais ou menos específico de vontades individuais. Para que haja efetivamente inovação das idéias, o indivíduo, dotado de uma consciência, deve escapar momentaneamente das instituições sociais. Portanto, a invenção, como exercício de inovação, como produtora de diferença, exige um certo afastamento do coletivo. Uma opinião, para romper uma tradição, deve se desviar momentaneamente da coletividade. É o autor quem afirma: “Para inovar, para descobrir, para acordar um instante de seu sonho familiar ou nacional, o indivíduo deve escapar momentaneamente à sua sociedade” (TARDE, 1976: 113).

Há como conciliar Tarde e Foucault neste aspecto. Segundo Tarde, um indivíduo necessita escapar provisoriamente da sociedade para produzir séries inventivas. Há um aspecto transindividual na invenção. Portanto, para que outras séries sejam produzidas, há que se engendrarem novos *modos de subjetivação* que resistam às forças imitativas. O sujeito para Tarde necessita se desvencilhar dos clichês, das opiniões que reiteram concepções já

fundamentadas, para poder produzir novas séries imitativas-inventivas. Como já apontamos, hoje as opiniões estão relacionadas ao consumo, portanto coladas numa espécie de *ritornelo* não criativo. As opiniões são dóceis, obedientes a uma lógica do consumo. No entanto, Tarde diz que

ser crédulo e dócil, e sê-lo no mais alto grau como sonâmbulo ou como homem enquanto ser social, é portanto, antes de mais, ser imitativo... (e ser imitativo) é ser supra-social, antes de social, tendo esta audácia tão rara. (Idem:113)

Eis uma diferença fundamental na concepção de sujeito para Tarde. De maneira alguma a imitação significa resignação, docilidade e sujeição a uma ordem social. Ao contrário, a invenção que acompanha a imitação não é sugerida por persuasão ou encomendada como produto. A invenção é um processo ativo de produção de diferença, e esta diferença está disposta num campo de forças que movimenta e organiza a sociedade.

Do mesmo modo, Foucault, ao discorrer sobre as subjetividades, indica que elas são atravessadas por uma rede complexa de saber-poder, mas também são esses *modos de subjetivação* que se esquivam momentaneamente aos poderes. No jogo incessante entre poder e saber, criam-se subjetividades, pontos singulares por onde se experimenta a realidade. Essas subjetividades concomitantemente fazem irromper formas novas de experimentar, mas podem do mesmo modo estar vulneráveis aos poderes. Eis talvez as conexões possíveis entre o pensamento tardeano e foucaultiano. A noção de subjetividade acompanha o trabalho de Tarde assim como em Foucault. Os pensadores procuram entender o sujeito como um campo de forças que surge a partir de imitações-invenções (Tarde) e saberes-poderes (Foucault).

2.2. Questões que nos forcem a pensar a mídia

A obra de Gabriel Tarde, *A opinião e as massas*, aponta para importantes questionamentos e propõe alguns direcionamentos para o estudo de uma *psicologia das massas*. Esse texto, publicado pela primeira vez em 1898, constitui uma análise sobre o público e a multidão enquanto coletividades sociais. O interesse de Tarde é investigar esse

novo grupamento social que está se formando sem, contudo, desqualificá-lo, como fizeram seus predecessores. Tarde afirma que os líderes dessas coletividades são os publicistas, os jornalistas que produzem seus artigos e textos buscando demarcar as semelhanças e as diferenças entre os indivíduos.

Mas se existe uma influência dos publicistas em relação às opiniões, esta é mais intensa do que a dos líderes das multidões, pois é contínua. A multidão tem seus líderes, mas as interferências deles são passageiras, visto que a multidão tem um baixo índice de *socialidade*. Os publicistas, ao contrário, implementam continuamente suas influências, através de idéias publicadas em revistas, semanários e jornais (TARDE, 1976: 51). Num agrupamento como a multidão, os indivíduos se conectam por suas semelhanças raciais, étnicas e culturais, já no público as junções se empreendem pelas diferenças. Os públicos são mais complexos em suas propagações e as interferências dos publicistas mais intensas, pois neste tipo de agrupamento os membros exercem menos influência entre si. Os indivíduos que compõem o público são influenciados pelas idéias dos veículos de comunicação, e, sendo assim, os publicistas conseguem expor suas opiniões individuais com mais precisão e independência. Parece que Tarde estabelece uma relação inversa entre público e multidão. Na multidão, os indivíduos são menos influenciados, visto que as organizações são provisórias. Já o público, que, paradoxalmente, pode ser crítico, na medida que tem contato com idéias diversificadas, está mais vulnerável às contínuas opiniões dos publicistas.

Neste sentido, a objeção do autor é clara, o público é uma espécie de *clientela flutuante*, definida por aspectos comerciais. Esse caráter é criticado pelo autor na medida em que ele faz uma separação entre dois públicos: um público estável, em que se admite uma determinada discussão crítica, e um flutuante, que é condicionado por aspectos econômicos e por interesses outros que não os coletivos (idem: 54). O público flutuante teria uma feição passiva, o que comprovaria que não é somente a informação que garante a atitude crítica.

Encontramos nas análises de Tarde algumas tentativas de refletir sobre os aspectos manipuladores dos *mass media*, pois em vários momentos de *A Opinião e as Massas* o público é tomado por sua característica inconsciente generalizada e relacionado ao controle dos jornalistas (TARDE, 1992: 45). Para Tarde, os *públicos flutuantes* são também produzidos por uma indústria jornalística que mantém laços estreitos com o comércio. O autor parece prever em que a opinião estava se transformando, em *produto manufaturado*. Mas existe em algum momento a separação entre a prática jornalística e o mercado? Certamente Tarde não seria ingênuo em afirmar que sim. O jornalismo sempre esteve ligado ao mercado. A imprensa invariavelmente se uniu aos pequenos comerciantes e aos interesses mercadológicos, e o jornal tornou-se ótimo veículo de propaganda. Segundo Tarde, os jornalistas submetem cada vez mais o público, ajudando a formar opiniões a partir de uma certa passividade subjetiva. As opiniões são produzidas e ofertadas pelos jornalistas, cabe ao leitor consumi-las.

Contemporaneamente essa relação entre mercado e jornalismo se adensou. Notícia e informação seguem a mesma lógica das mercadorias. São produtos disponibilizados para um contingente considerável da população. Na realidade, essa conexão entre mercado e jornalismo, segundo o sociólogo francês Pierre Bourdieu (1997), efetiva-se a partir do século XVII, época em que se experimenta uma intensa produção jornalística. O jornalismo obedece ao crescimento das cidades e faz do seu produto um agente importante de ligação da sociedade. Os públicos datam desse período, pois a divisão entre os jornais populares (com assuntos ligados ao cotidiano) e os jornais mais objetivos (com matérias analíticas) já era então uma realidade. Nesse contexto de crescimento exponencial, o jornalismo começa a se agenciar à lógica do mercado de forma incisiva.

O sociólogo francês Pierre Bourdieu entende o jornalismo a partir do conceito de campo, salientando que o *campo jornalístico* tem em sua composição elementos diferenciais:

o capital simbólico e o econômico. Ao defini-los, o autor quer pensar as séries que estabelecem um campo estratégico de forças, principalmente o campo jornalístico, a fim de entender as lógicas que determinam os interesses em jogo. Por isso o campo é formado de linhas que desenvolvem posições e pólos de forças, cada qual tentando direcionar as posições dos grupos. As forças se confrontam, complementam-se ou se dissolvem, são internas ou externas. Estas últimas dizem respeito aos anunciantes, leitores e determinados poderes institucionais, já as primeiras, internas, são os próprios jornalistas (BOURDIEU, 1997: 67).

No constante combate entre as forças, os jornais ora resistem, ora se adaptam. Os jornalistas, os leitores, os anunciantes funcionam como vetores de forças. Compõem o campo jornalístico, feito de embates e confrontos de interesses. Neste espaço, os vetores funcionam ininterruptamente, mas o sociólogo atenta que na contemporaneidade o capital econômico se sobrepôs ao capital simbólico, produzindo uma dependência do jornal aos ditames do mercado. Bourdieu afirma:

O campo jornalístico está permanentemente sujeito à prova dos vereditos do mercado, através do sansão direta, da clientela ou, indireta, do índice de audiência ... e os jornalistas são sem dúvida tanto mais propensos a adotar o “critério do índice de audiência” na produção (“fazer simples”, “fazer curto”, etc) ou na avaliação dos produtores e mesmo dos produtos (“passa bem na televisão”, “vende bem”, etc.) (BOURDIEU, 1997:106)

Essa cartografia de forças traçada por Bourdieu nos ajuda a entender como as pressões do campo podem estar a serviço de uma opinião-consumo. A partir e em nome de uma veiculação veloz, de um didatismo sedutor, a mídia se vincula ao mercado e ajusta seu discurso em prol de uma aceitação do público. A autonomia do capital simbólico se rompe em nome de um “efeito mercado” (ARBEX, 2002:98).

Se tomarmos a TV como exemplo, veremos que essa lógica se intensifica. A televisão acompanha o acontecimento em tempo real, aproximando o fato do próprio espectador⁴⁶. No

⁴⁶ Embora estejamos nos referindo especificamente à TV, lembramos que a transmissão ao vivo, em tempo real, não é prerrogativa exclusiva da tv, mas da rádio também. Sem contar que, por incrível que pareça, nesse Brasil dos mais longínquos recônditos, a rádio alcança lugares em que a tv ainda não chegou.

jornal impresso, a temporalidade minimamente obedece ao tempo de circulação do produto, que deve ser confeccionado segundo uma ordem cronológica: ter um fato noticiável, escrever sobre o fato, mandar produzir o jornal, rodá-lo e distribuí-lo. Nesse mecanismo, há uma separação entre o acontecido e o noticiável (BOURDIEU, 1997: 41). A TV suprime essa separação com a possibilidade do recurso *ao vivo*⁴⁷, e mais, imprime às notícias uma *linguagem televisiva* em que publicidade, entretenimento e informação convivem num uníssono de imagens impactantes e prazerosas.

É preciso considerar que não só a TV, mas os meios de comunicação em geral constituem-se a partir de linguagens que já são mensagens, como indicou McLuhan⁴⁸. Portanto, os procedimentos técnicos — recursos variados, no caso da TV, como cortes, planos, contra-planos, off e outros — produzem uma forma singular de expressão dos acontecimentos. No entanto, as opiniões circulam nesses meios, são produzidas por eles e estão expostas às pressões simbólicas e econômicas.

Em lugar de creditar às opiniões uma apressada “lógica de manipulação das mídias”, deveríamos, antes de tudo, entender a que tipos de forças as opiniões estão expostas, como nos indica Bourdieu. Cada meio, cada mídia, produz formas de apreender as realidades e projeta suas impressões do mundo a partir de lógicas e linguagem diferenciais, produzindo subjetividades específicas.

3. Reinvenções subjetivas

O homem é um ser inventivo. Produz constantemente fluxos, promove agenciamentos e se constitui socialmente por encontros. Segundo Tarde, o grande deslize de toda sociologia

⁴⁷ Essa questão nos remete ao importante livro de Arlindo Machado, *Televisão levada a sério*, em que o professor discute as possibilidades de fazer circular e de furar a lógica diretiva e muitas vezes reacionária do discurso televisivo com os programas ao vivo, nos quais a previsibilidade é menor e portanto existem poucas formas de controle dos assuntos. O professor acredita que é possível “pensar com a velocidade” e aponta alguns exemplos (Golpe de Estado na Espanha em fevereiro de 1983; a primeira emissão de rádio livre em março de 1977) em que a transmissão ao vivo furou, mesmo que provisoriamente, os sentidos da TV. Há uma “poética do ao vivo”, segundo Machado. Cf. p.122-151.

⁴⁸ Sobre este aspecto conferir *Os meios de comunicação como extensões do homem* de Marshall McLuhan.

tradicional (seguramente dos estudos de Durkheim) é não observar essa característica criativa, fragmentária e dispersiva do tecido social. A sociologia sempre procurou analisar o corpo social na sua estabilidade, na sua identidade e equilíbrio. As instituições da sociedade, família, escola, linguagem, segundo o autor, não podem ser consideradas como pontos de referência para o estudo do coletivo e do individual. Elas apenas sugerem as representações, não as propagações.

Sendo assim, não é possível entender as sociedades contemporâneas sem se debruçar sobre os aspectos dispersivos e voláteis. Devemos abordar o campo social a partir das subjetividades, dos *modos de subjetivação*. Se concebermos a subjetividade como processo, poderemos, no pensamento de Tarde, sair de uma “macrossociologia”, que procura entender os acontecimentos na sua estabilidade, para uma “microsociologia”, que oferece ao pesquisador a oportunidade de percorrer os interstícios da formação do campo social, buscando relacionar os registros sociais aos micropoderes, às propagações infinitesimais. A partir daí, teremos condições de refletir sobre as produções de subjetividades propostas por nosso tempo.

Hoje, vivemos um acelerado processo de fragmentação dos indivíduos. Isso é experienciado drasticamente, desde o mais ínfimo e cotidiano pormenor até os fatos sucedidos nas mais altas esferas institucionais. O mundo globalizado, as dissoluções das fronteiras econômicas e culturais, imprimiram uma flexibilização aos indivíduos, uma espécie de rearranjo de suas vontades, de suas idéias. O indivíduo, que sempre foi uma categoria dotada de uma certa natureza humana, principalmente pela filosofia e pelas ciências humanas, foi reconfigurado, solapado por uma nova e intensa *profusão e propagação subjetiva*.

Parece-nos interessante, num primeiro momento, essa mudança de paradigma. Do sujeito cartesiano, consciencial, passou-se a uma subjetividade processual. No entanto, essa alteração não é natural, nem irreversível. Cabe-nos, antes de tudo, entender a que tipo de

poderes, de significados, estão expostas essas produções subjetivas; a quais redes se conectam, que interesses acionam.

Em termos de subjetividade, Guattari e Rolnik (1986) apontam para uma produção capitalística. Segundo os pensadores, esta esfera funciona de forma a ativar e ao mesmo tempo controlar as subjetividades que produz. Os autores afirmam:

O que caracteriza os modos de produção capitalísticos é que eles não funcionam unicamente no registro dos valores de troca, valores que são de ordem do capital, das semióticas monetárias ou dos modos de financiamento (GUATTARI & ROLNIK, 1986: 15-16).

O processo capitalístico não se reduz apenas ao lucro, ao campo econômico propriamente dito, mas ao controle das subjetividades. Há que se “aceitar”, no modelo capitalista, não só suas sanções econômicas — os grandes contingentes populacionais “excluídos” do consumo —, como também “querer” o consumo. É este desejo que torna o sistema mais eficaz, dinâmico e insidioso. E a este *modus operandi* o conceito de Foucault se acomoda perfeitamente, porque segundo o pensador, poder não é domínio, mas produção de corpos, incitação de discursos, definição de gestos e construção de saberes. Mas como esse processo de produção subjetiva se conecta à opinião?

Como indica Tarde, o princípio de *socialidade* move as sociedades da informação, pois estas são detentoras de alta capacidade de discussão entre os indivíduos, os quais exercem múltiplas influências uns sobre os outros. Como vimos, a *socialidade*, para Tarde, é característica das sociedades onde a imitação e a invenção operam definitivamente. Estaríamos no ápice de uma sociedade que se constitui pela *socialidade*, pois hoje a comunicação não encontra mais empecilhos. Temos uma mídia que dissolve as fronteiras espaciais e sociais, promove vários encontros e nos faz pertencer ao globo de forma incisiva. Somos “sujeitos do mundo”. No entanto, o momento que estamos experienciando guarda proporções extremamente singulares.

3.1. Sobre o controle

Num pequeno e contundente artigo de 1995, *Pós-escrito sobre a sociedade de controle*, o filósofo Gilles Deleuze salientou uma importante mudança do nosso tempo: estaríamos na passagem da *sociedade disciplinar* para a *sociedade de controle*. Essa passagem teria iniciado após o término da Segunda Guerra Mundial, entre 1945 e 1950, num momento de crise das instituições disciplinares e difusão da mídia principalmente eletrônica.

Ao seguir as pesquisas foucaultianas sobre a disciplina, Deleuze atenta para novas formas de projeção de poder, novos núcleos de dominação no capitalismo contemporâneo, sobretudo os ligados às inovações tecnológicas. Segundo o filósofo, a passagem para a *sociedade de controle* não se apresenta de forma definitiva nem tampouco objetiva. Da disciplina para o controle não existe uma demarcação, mas uma gradação, que vai dos exercícios de confinamento, característicos das sociedades disciplinares, para a comunicação instantânea e contínua da sociedade atual.

Deleuze afirma que na contemporaneidade formas inovadoras de exercício de poder são produzidas. Enquanto as *sociedades disciplinares* organizam-se em torno dos meios de confinamento, as chamadas *sociedades de controle*, geridas principalmente pela velocidade da luz, alargam seus limites, produzem-se a céu aberto, liberando novos discursos e práticas.

Ao longo de toda modernidade (Foucault situa seu apogeu nos séculos XVIII, XIX e início do XX), as práticas cotidianas foram experienciadas em grandes instituições de confinamento — fábricas, famílias, prisões, escolas, que produziram um tipo de subjetividade específico desse período. Essas instituições exerciam o modelo da disciplina, em que os corpos eram concentrados, distribuídos no espaço e ordenados no tempo. A disposição detalhada no espaço e no tempo facilitava o controle efetivo dos corpos, tornava-os mais produtivos para as fábricas, e mais dóceis e obedientes, no caso das prisões e escolas. Tratava-se de um dispositivo eficaz, que permitia analisar os comportamentos, a fim de classificá-los,

compará-los e situá-los em certo registro social. O indivíduo transitava incessantemente entre essas organizações, constituindo um processo que o filósofo Deleuze chamou de *quitação aparente*.

Hoje, com as tecnologias digitais e os meios de comunicação, as práticas sociais se constituem a partir de novos dispositivos de poder. Nossa sociedade é menos da disciplina do que do controle. É neste contexto que os corpos são liberados, ao mesmo tempo em que o controle torna-se mais eficaz, mais econômico e eficiente. No regime disciplinar, cedo ou tarde, o fim chegava. A menina saía da escola, ingressava numa faculdade e mais tarde se casava. Havia uma espécie de objetivo a ser atingido. Na sociedade de controle “nunca se termina nada”, como afirma Deleuze (1995: 216). Por isso o filósofo indica o termo *empresa* para caracterizar o controle. A empresa exige formação permanente, haja vista os cursos de atualização que parecem se multiplicar a cada ano. Este processo, extremamente complexo, revela novas formas de produção, administração, flexibilização e otimização das subjetividades, cria-se a *moratória aparente*.

Diante desse cenário, de imediato já podemos tecer um cruzamento com a opinião. Não é no cerceamento e sim na produção de discursos que ela agora se baseia, pois como afirma Deleuze, há uma sofisticação do poder nas *sociedades de controle*. Hoje não podemos simplesmente realizar uma análise sobre a mídia utilizando como sustentação teórica a manipulação. Outras formas de relação foram concebidas e outros dispositivos de poder se agregaram ao campo social.

Parece-nos, contudo, que hoje emerge uma *função opinar*, como se a opinião tivesse se transformado num imperativo. Não importa a que tipo de conteúdo a opinião esteja se referindo, o importante é discorrer sobre o assunto, participar de uma coletividade que necessariamente opina. Ora, Tarde, como vimos há pouco, pesquisa a opinião a partir dessa função: ser índice de pertencimento a uma determinada sociedade. No entanto, o autor não

aponta para este novo momento do poder que libera, para este novo dispositivo de poder que se estende, legitimando práticas e subjetividades que compactuam com a ordem social.

Deleuze lembra que as sociedades disciplinares são reguladas pelo par indivíduo-massa. Ao mesmo tempo que o indivíduo tem uma assinatura, ele possui uma matrícula que “indica sua posição na massa”. Segundo o autor, a disciplina não via incompatibilidades entre esses dois pólos, pelo contrário “o poder é massificante e individuante”, isto é, constitui-se num mesmo corpo. Na sociedade de controle é a senha que marca o acesso do sujeito à informação. Por isso o par indivíduo-massa foi substituído pelo “divíduo”, uma analogia à divisão, à transformação das massas em amostras, bancos de dados (DELEUZE, 1992:222). Nesta sociedade, não interessa mais relacionar os indivíduos-massa a uma linguagem, uma nação, um coletivo, mas acessar os divíduos como a uma informação.

A sociedade de controle é a do capitalismo contemporâneo, em que as necessidades são exploradas pelo poder, as subjetividades controladas por uma lógica que incita: “Corra atrás dos seus sonhos!” – “Conquiste o mundo!” – “Abra seu próprio negócio!” – “Dê sua opinião!”. Há uma infinidade de *Palavras de ordem* que condicionam um modo singular de apreender os acontecimentos. Antes, a *Disciplina* produzia moldes que atrelavam os indivíduos a uma lógica de cerceamento. O *Controle*, ao contrário, agora consiste em modulações que libertam aprisionando. A modulação descentraliza o poder, incide sobre os afetos, em suma, oferece-nos “aquilo que queremos”. Há uma livre oferta de satisfação de desejos, mas associada a instruções de como devemos proceder.

Junto ao processo ininterrupto de produção capitalista, que põe à disposição dos consumidores diversificados bens de consumo sob a ótica *marketeira*, — “Foi feito para você!”, “Construímos para você”, “Você é especial” — o homem não é mais confinado, mas endividado. A sociedade de controle se vincula ao capitalismo contemporâneo, no qual o consumo opera continuamente. Consome-se de tudo e muito rapidamente, pois o par

saciedade e disponibilidade faz o mecanismo do controle se perpetuar, como aponta Janice Caiafa:

O capitalismo vive muito de provocar grandes disponibilidades, seus investimentos serão cada vez mais do porte do universal. Interessa também à sua axiomática que os vínculos sejam mais precários, que se sorva o máximo no excesso, que a saciedade impeça a duração (CAIAFA, 2000: 25).

No *Controle*, as subjetividades são constantemente reinventadas, acessadas e lançadas às suas conquistas. No entanto, esse poder que projeta, controla insidiosamente as formas de viver. Contemporaneamente as palavras de ordem são movimentar, produzir, percorrer, acessar, opinar. Incluir-se é a mais desejada posição, seja no trabalho, no sistema, no consumo: — Apareça na TV, dê sua participação! Diante de tantos apelos, cabe pensar como parar, como partir, como fazer dobrar, como resistir, como adensar.

3.2. *Sobre dobras*

O conceito de dobra é apresentado em um dos últimos livros de Gilles Deleuze, *A obra - Leibniz e o Barroco*. Neste título, o filósofo relaciona o conceito de dobra à filosofia de Leibniz. Segundo o pensador, a dobra exprime um caráter temporal da duração, da experiência vivida, assim como é também um instrumental teórico para pensar as propagações, as ondulações e as conexões entre as formas. Dobrar é apanhar um dado, encurvá-lo, inflecti-lo, torcê-lo e finalmente o elevar produzindo uma forma. Esse processo, enigmático, e, no entanto plenamente concebível, indica um movimento não só de extensão, mas de contínuo deslocamento das linhas, das curvas que compõem, por exemplo, a arte Barroca. Segundo Deleuze, o Barroco

não remete a uma essência, mas antes a uma função operatória, a um traço. Ele não cessa de fazer dobras. (...) O traço do Barroco é a dobra que vai ao infinito. E de início, ele as diferencia seguindo duas direções, seguindo dois infinitos, como se o infinito tivesse dois estágios: as redobras da matéria e as dobras na alma. (...) E a mesma imagem, aquela das veias do mármore, se aplica aos dois sob condições diferentes: ora as veias são as redobras da matéria que rodeiam os vivos tomados na massa, de modo que o ladrilho do mármore é como um lago ondulado repleto de peixes. Ora as veias são as idéias inatas na alma, como as figuras dobradas ou as estátuas em potência aprisionadas no bloco de mármore. (DELEUZE, 1991: 13-14)

Esse procedimento de curvar, ondular, torcer as formas não advém de um sujeito, de uma consciência *a priori*. O que Deleuze aponta é para os processos de constituição das singularidades. Dobrar, movimentar ininterruptamente, promover intercessões, distender, envolver, evoluir, “enlouquecer” as linhas, nada mais é do que variar num fluxo incessante que vai ao infinito. Mas ainda assim o movimento não é do sujeito, de outro modo, constitui as subjetividades.

Antes de tudo, Deleuze aponta para um processo de produção e de movimento que engendrem *multiplicidades*⁴⁹. Pois as dobras não “impõem formas ao mundo”, mas produzem multiplicidades. Tudo, portanto, é dobra, pois as formas são provisórias, passageiras, instáveis. Talvez Deleuze ressalte um excesso de movimento, segundo o qual o movimento é a ordem. Se o modelo capitalista indica o movimento, por que não movimentá-lo mais ainda, enlouquecê-lo? Por que não procurar dobrá-lo, estendê-lo ao infinito? Como não fazer o mesmo com a opinião, se hoje opinar é inserir-se? Escutar um rádio, assistir à TV, ler o jornal; ligá-los, submetê-los a outras lógicas não informativas; traçar novos contatos, dobrar, inventar formas, eis algumas dicas provisórias.

Num corajoso livro, *Nosso século XXI*, a professora Janice Caiafa aponta para uma “recusa pontual”. Trata-se de recusar pontualmente os poderes que buscam, por exemplo, domesticar a imagem, ligá-la a uma lógica publicitária. Se as imagens estão sendo vistas por uma estética publicitária, isto se torna uma questão de fato, e não de direito da imagem. As imagens da Internet e das TVs não estão fadadas à exaustão estética, ao empobrecimento ético. Cabe, portanto, fazerem circular esses sentidos, promover novas intercessões, através de recusas pontuais, pequenos gestos diferenciais, novas formas subjetivas. Na ordem social em

⁴⁹ Uma série de conceitos serão acionados com a dobra: a *multiplicidade*, o *agenciamento*, o *rizoma*. Seria importante conceituar rapidamente *multiplicidade*. Deleuze diz que a multiplicidade se diferencia do *múltiplo*, pois o *múltiplo* é antônimo do *um*. Nessa clássica oposição o múltiplo é tomado e reconduzido pela unidade, como se estivesse a esta subordinado. A multiplicidade, ao contrário, traz a concepção de imanência, não é definida por transcendência, por oposições, mas por constantes agenciamentos. Cf. Deleuze

que o capitalismo aparece como único modelo, vimos como as subjetividades são peças valiosas do sistema, mas paradoxalmente são também as subjetividades que fazem irromper cânones reacionários.

3.3. *Sobre dobras, resistências e subjetividades*

Segundo Foucault, as relações de poder são, ao mesmo tempo, intencionais e não subjetivas. Poder supõe um conjunto estratégico de forças, que têm objetivos e alvos, no entanto são resultantes de táticas implícitas e anônimas. Quando Foucault define o poder por seu aspecto processual e de exercício, aponta para um elemento complementar de seu funcionamento: a resistência. O pensador afirma:

Elas não podem existir senão em função de uma multiplicidade de pontos de resistência que representam, nas relações de poder, o papel de adversário, de alvo, de apoio, de saliência que permite apreensão. Estes pontos de resistência estão presentes em toda rede de poder. Portanto não existe, com respeito ao poder, um lugar da grande recusa – alma revolta, foco de todas as rebeliões, lei pura do revolucionário. Mas sim resistências, no plural, que são casos únicos: possíveis, necessárias, improváveis, espontâneas, selvagens, solitárias, planejadas, arrastadas, violentas, irreconciliáveis, prontas ao compromisso, interessadas ou fadadas ao sacrifício; por definição, não podem existir a não ser no campo estratégico das relações de poder (FOUCAULT, 1988:91).

As relações de poder e as resistências não são consideradas dentro de uma causalidade dialética. Ao contrário, Foucault se recusa a pensar as resistências em sua forma específica, como se fosse um conjunto de forças dos dominados. Assim como o poder, as resistências estão distribuídas por todo o tecido social. Esta distribuição é irregular e causa distensões, rebeliões, pausas, violências. As resistências são pontuais, podem ser subjetividades, gestos, comportamentos.

Resistir é estar no *meio* de forças, de campos de forças. E aqui se projeta a inspiração deleuziana, pois é Deleuze que traceja o conceito de meio no emblemático *Mil Platôs*. Ao se referir ao meio, o filósofo afirma que este não é um lugar de onde o pensamento parta, mas um modo de funcionamento, um processo de maquinação. Deleuze inviabiliza assim, em última instância, a instauração de uma busca pela origem ou de um modelo teleológico que supõe uma

idéia de causalidade, resumida no tema *os fins estão dados nos meios*. Afastando-se desse pensamento causal, que privilegia vários componentes como o sujeito e o objeto, Deleuze propõe uma nova maneira de pensar por *variáveis* e não por *constantes*, empregar a *descodificação* e não a *codificação*, contemplando um jogo complexo de *forças* heterogêneas e em permanente tensão.

A exemplo desse abrangente modo de pensar, Antonio Negri e Micael Hardt escrevem *Império*. No livro, encontramos algumas pistas para pensar as resistências sem utilizar o arcabouço teórico da modernidade, que procurava traduzir o poder como domínio. O surgimento do título foi apontado como uma alternativa ao debate que transcorria em torno da globalização. Em meio às discussões teóricas, os autores buscaram conceituar e pensar a ordem capitalista, as formas de guerras travadas neste período e, acima de tudo, entender como desencadear resistências aos modelos subjetivos e econômicos que se harmonizam com determinada ordem social.

A metáfora do *império* é utilizada pelos autores para explicar um conceito, uma mudança de paradigma teórico relativa às novas formas de sujeição aos poderes. O império de Hardt e Negri aponta para uma produção constante de práticas que indicam modulação dos poderes, formas singulares de vermos o mundo. Foucault inspira todo o trabalho.

Segundo o artigo *Poder e Resistência: Um ensaio sobre a dimensão conceitual de “Império”*, de Marcio Goldman, o livro de Hardt e Negri é dividido em quatro partes “que correspondem claramente às etapas de construção do conceito de “Império”. A primeira parte apresenta uma fenomenologia do Império; a segunda uma arqueologia; a terceira uma genealogia; e a quarta parte conclui com uma espécie de deontologia do Império.” (acesso novembro de 2005)

O que nos interessa, sobretudo, é percorrer o problema da resistência e como pensá-lo a partir de um *plano de imanência* em que poderes e resistências estejam alocados

complementarmente. Ou seja, como pensar a opinião sem recorrer a pressupostos representacionais. Como apontamos, Foucault propõe abordar o poder como campo estratégico de forças, como dinâmica de produção. Por isso, *Império* se insere nessa lógica processual e suas extensões encaminham para dois eixos: uma mudança geral das relações de poder e um processo constante de produção de subjetividades.

Deve-se observar que o conceito de império se adapta às novas formas de relação experienciadas contemporaneamente: ausência de fronteiras espaciais, ausência de contornos temporais e exercício contínuo e intenso do poder. Na correlação desses três aspectos, instaura-se uma espécie de soberania (do capital) que apresenta como mote o processo de constituição contínua das formas de viver e sentir.

O centro das argumentações de Hardt e Negri reside na formulação do problema relativo às multiplicidades: como pensar a resistência num campo de forças em que poderes e resistências se distribuem irregularmente? Como pensar as resistências sem, contudo, precipitar a idéia de representação tal como a modernidade formulou? Trata-se de uma questão complexa e de uma pequena reviravolta que acontece no século XX.

Na realidade, o modelo capitalista parece se sustentar exatamente por esta lógica da produção constante. O sistema se constitui a partir de suas próprias reações. Não há como excluir, mas como incluir ininterruptamente, não há como destruir seus oponentes, mas como adicioná-los, subordiná-los a sua lógica. Nesse princípio de adição, podemos constatar o método eficaz de exploração capitalista.

No que tange à questão da opinião, esse processo é notório. A *função opinar*, que descrevemos na parte dois do trabalho, apresenta essa lógica inclusiva. Diz-se de tudo, opina-se sobre tudo e ao mesmo tempo reproduz-se o clichê repetidor. O percurso da opinião incorpora as posições contrárias e a favor. Torna-se banal opinar, e não é necessariamente pela opinião que se produzem novos pares de invenção-imitação, como indica Tarde. Porque,

no entanto, a *função opinar* se associa com a operatória de mobilização e captura do sistema capitalista.

A lição de Foucault reside em pensar “uma filosofia do presente” que não dispense um aspecto político e ético das práticas cotidianas. Revendo o passado, porém, podemos averiguar que a sofisticação do poder apagou antigas práticas de resistências, mas outras deverão ser inventadas. Aliás, elas já estão sendo processadas neste exato momento. Resistir demanda sobretudo criar, ultrapassar determinadas lógicas que se completam na ordem social.

Com Tarde, podemos dimensionar essa questão. Como vimos, o pensamento tardeano pressupõe uma maneira originalíssima de conceber o social. O campo social tem capacidade de produzir o novo ininterruptamente. Por toda parte, a invenção amplia o tecido social e o faz projetar-se. Isto equivale a dizer fluir, produzir o novo, inventar novas crenças e desejos, novas comunidades, novas socialidades. A invenção não diz respeito a um indivíduo separadamente, ela é coletiva. Mas para se produzir constantemente é preciso que o par invenção-imitação caminhe junto. Trata-se de inventar imitando para que o campo social se propague.

Uma conversa, uma opinião, pode fazer variar as associações e criar outras. As subjetividades passam a ser efeitos de relações, forças em constantes transformações. Esse aspecto produtivo muitas vezes pode cindir determinadas lógicas. Nesse contexto, as subjetividades passam ser forças vivas. Peter Pal Perbrt (acesso dezembro de 2005) ressalta que também essa característica produtiva pode, no entanto, fazer da subjetividade um capital, por isso elemento que deve ser controlado. « As subjetividades deixam de ser apenas reservas passivas à mercê de um capital insaciável, e passam a ser consideradas elas mesmas um capital, ensejando uma comunalidade de autovalorização », discorre o autor.

Esse mecanismo indica o quão importante a subjetividade se torna contemporaneamente. As subjetividades passam a ser reguladas, controladas e moduladas por

um campo de forças. No capitalismo a ordem é circular afetos, desejos, aspirações. Uma economia dos aspectos imateriais é posta em prática. O que se requer antes de tudo é produzir, fazer propagar para o sistema se estender. Opine.

PARTE IV

A MÁQUINA DE REDUNDÂNCIA

*As repetições existem pelas variações.
Gabriel Tarde – As leis da imitação, p.27.*

*É com impressões fluidas que formamos as nossas maciças
conclusões.
Eça de Queiroz – A correspondência de Fradique Mendes, p. 223.*

1. A dimensão da palavra de ordem

Chegamos, enfim, à palavra de ordem. Ao nosso ver, a opinião funciona assim, como palavra de ordem. Segundo Deleuze e Guattari, a palavra de ordem é um demarcador de poder inerente ao próprio discurso, por isso os autores se distanciam de algumas concepções de comunicação, de algumas teorias da linguagem que se fundamentam na tese de que a comunicação se empreende, sobretudo a partir da troca de signos⁵⁰. Deleuze e Guattari apresentarão em *Mil Platôs* a tese de que a linguagem não é antes de tudo, comunicativa e tampouco informativa. Quem fala não procura comunicar ou informar, mas persuadir, produzir no outro uma espécie de transformação.

Os autores afirmam que a “linguagem dá ordens à vida”, porque ela é em alguma medida *palavra de ordem*. No clássico exemplo, Deleuze e Guattari ilustram o papel do professor em sala de aula, circunstância em que para eles não se ensina, mas antes de tudo se ordena: “a professora ... não se questiona quando ensina uma regra de gramática ou de cálculo. Ela “ensina”, dá ordens, comanda.” (p.11). Convictos desse caráter produtivo da linguagem, eles tentam pensar uma *função da linguagem* que se aproxime da pragmática, ou seja, abordam a linguagem como uma instância de imposição, de delimitação que produz necessariamente transformações no outro. A linguagem para Deleuze e Guattari não é, neste

⁵⁰ Sobre este tema Fernando Ribeiro aponta na tese *Comunicação extra- código* os limites do código na produção de uma “experiência” de comunicação. O signo delimita a comunicação a uma espécie de repetição não criativa.

sentido, representativa ou reflexo de uma realidade dada, mas sobretudo uma instância criativa, produtora, ela é um marcador de poder, ela é *palavra de ordem*.

A palavra de ordem não é tomada como elemento externo à linguagem, ao contrário, é a unidade mínima de toda linguagem. Compreendido assim, o enunciado já é por si só a palavra de ordem, portanto todo discurso é proferido a partir dela. Essa *demárche* se afasta do modelo representacional e impede de tomar somente a linguagem como expressão de determinados códigos dados *a priori*, ou como simples troca de signos. A dimensão da palavra de ordem, em última instância, contraria o entendimento da linguagem como comunicação e informação. Quando digo – “Vou até a sua casa” – estou na realidade delimitando aquilo que pode acontecer, estou impondo, a partir de *coordenadas semióticas*, uma orientação específica aos acontecimentos do mundo. Estou proferindo *palavra de ordem*.

Todo fato lingüístico funciona a partir da palavra de ordem. Esta constitui-se, portanto, como *função coextensiva* a toda linguagem. A palavra de ordem não é externa aos enunciados, e sim inerente a eles, ou seja, é preciso entender que a palavra de ordem fundamenta todo ou qualquer discurso de forma imanente ao próprio discurso. Não há como pensar a palavra de ordem como uma função extralingüística, ela não é externa à linguagem, mas a própria linguagem. A questão para Deleuze e Guattari é, então, antes de tudo, entender que extensão tem a palavra de ordem. Os autores afirmam:

O difícil é precisar o estatuto e a extensão da palavra de ordem. Não se trata de uma origem da linguagem, já que a palavra de ordem é apenas uma função-linguagem, uma função coextensiva à linguagem. Se a linguagem parece sempre supor a linguagem, se não se pode fixar um ponto de partida não-lingüístico, é porque a linguagem não é estabelecida entre algo visto (ou sentido) e algo dito, mas vai sempre de um dizer a um dizer (DELEUZE & GUATTARI, 1995:13).

Essa tese marcará uma forma original de pensar a linguagem, não como transmissão, não como comunicação de signos, mas como palavra de ordem que necessariamente é *redundância*. A redundância é o pressuposto da linguagem. O que na realidade se comunica é

o mesmo, aquilo que já está solidificado dentro de um registro social. Mas a redundância advém de uma linguagem que se quer informativa e comunicativa. Quando um jornalista pretende informar seu leitor sobre um caso, ele não está apontando para o novo, pois o novo não existe, visto que *comunicar é redundar*. O que o jornalista empreende é uma certa redundância de palavras de ordem. Ele está pressupondo palavras de ordem.

Deleuze e Guattari afirmam que os atos que compõem o discurso são pressupostos implícitos e não discursivos da linguagem. Neste sentido, a opinião, como forma e expressão de linguagem, funciona como a palavra de ordem, ou seja, é também inerente ao discurso. Assim essa tese desatreia a opinião de uma leitura clássica que a liga a um “livre arbítrio”. Não há como conceber a opinião fora de determinados pressupostos implícitos, apartada de registros semióticos. A opinião opera nesse registro da palavra de ordem, pois ao dizer, digo a partir de outros dizeres, ou seja, a opinião se empreende a partir de outras opiniões. Os autores já haviam afirmado que para ingressar num registro social qualquer é preciso participar do regime primeiro que é a palavra de ordem.

Desta forma, estar inserido em determinada língua é redundar palavra de ordem. Segundo Deleuze e Guattari, os postulados lingüísticos saussurianos pretendem pensar a comunicação como troca de signos. Na teoria de Saussure é possível se entender, ou melhor, a linguagem pressupõe entendimento. No entanto, a linguagem não se conecta apenas à troca de códigos, ao entendimento entre dois indivíduos separados solipsisticamente. A língua é o código, embora também para Deleuze e Guattari, variação. A linguagem sendo assim é concebida a partir da ação. Ela impõe formas, produz mundos. Comunicar códigos, a partir de Deleuze e Guattari, seria a menor possibilidade, o grau menor da linguagem.

Seria então preciso entender a comunicação a partir da ação, e não da representação. O modelo representacional sugere a linguagem como uma comunidade de códigos e dependente de um sujeito da enunciação. Já a tentativa de Deleuze e Guattari é pensar a partir de

agenciamentos coletivos de enunciação. Os agenciamentos propõem ponderar a linguagem como processo que se efetua sem supor sujeitos delimitados. Uma vez assumida essa perspectiva, a comunicação ou a função comunicar se aproxima de um interessante problema filosófico: como pensar a comunicação a partir de *agenciamentos*?

Em busca dessa problematização, Deleuze e Guattari encontram os estudos da pragmática. A pragmática (Austin e Searler) vai pensar a linguagem a partir dos atos de fala. Os atos de fala a que se referem Deleuze e Guattari apontam para esta instância não discursiva da linguagem. A palavra de ordem como unidade mínima de um enunciado é imanente ao próprio discurso torna enunciado e enunciadador uma coisa só. Por isso os autores procuram se afastar da idéia de que a linguagem pressupõe um sujeito da enunciação dado *a priori*. A linguagem não emerge como de forma determinada e auto-referencial, mas como ato, como ação pura de determinados *agenciamentos coletivos de enunciação*, no qual nos deteremos mais adiante.

O que seria propriamente um ato de fala? Deleuze e Guattari recorrem à tese de Austin para pensar essa dimensão ativa e produtora da linguagem. Austin afirma que existem atos puramente lingüísticos, que nomeia de *pressupostos implícitos e não discursivos*. São enunciados que remetem a determinados atos que condicionam o discurso de forma inerente, no seu interior. Logo os atos de fala são propriamente redundantes e não discursivos. Ao conjunto dos atos de fala Deleuze e Guattari nomeiam palavra de ordem, que é imanente ao próprio discurso.

Os estudos da pragmática apontam para essa dimensão produtora da linguagem. Austin, segundo Deleuze e Guattari, mostra que não existe entre fala e ação apenas relações extrínsecas, mas também relações intrínsecas. Por exemplo, o *performativo*. Os atos performativos são determinadas ações que se realizam no discurso ao serem ditas. Se faço um juramento e digo “eu juro”, estou realizando uma ação ao dizê-lo. Os atos *illocutórios* são mais

amplos, pois são ações que se realizam *no* dizer, isto é, ao falar já produz de imediato um ato de fala. Por exemplo, digo “eu te amo” e com esta fala eu prometo amor a meu amado; quando sou julgado e o juiz me condena – Culpado! –, de imediato algo se processa como ato e produz em mim uma transformação.

Deleuze e Guattari querem, portanto, pensar a linguagem a partir de questões filosóficas e a pragmática é a teoria que mais se afilia a essa proposta. Pois a linguagem para os filósofos deve ser pensada a partir das transformações que ela opera, dos agenciamentos que impulsiona e também das dimensões que aciona, enfim, dos processos, dos fluxos e dos devires. Dentro desta lógica de produção, a *palavra de ordem* funciona como um marcador de poder, ela possui sempre eficácia dada pela redundância e pelas transformações incorporais⁵¹ que engendra.

A questão filosófica empreendida com essa tese é que “comunicar” é mais do que trocar signos, trocar informações, pois Deleuze e Guattari procuram entender a comunicação como *encontro*, como *acontecimento*. Surge uma questão: como dimensionar a comunicação a partir dos agenciamentos? Em princípio, para conceber o agenciamento é necessário se afastar da hipótese que idealiza a linguagem como informação ou comunicação. Neste pressuposto surge o tema da origem da linguagem, ou seja, a suposição de que existe um sujeito de enunciação ou aquele que detém um certo poder de fala. Nesta perspectiva, atribui-se a um sujeito a faculdade de centralizar determinadas informações e transmiti-las para outrem. Essa idéia, alicerçada principalmente numa premissa de acordos entre indivíduos com diferentes pontos de vista, visa entender e conceber a comunicação como direção possível das práticas democráticas. Comunicar torna-se assim tanto desejável quanto necessário.

⁵¹ Deleuze e Guattari aproximam esse tema da comunicação como experiência incorporal aos estoicos e à idéia de *acontecimento*. Essa concepção de acontecimento será tratada pelos autores para designar o processo, um ato de vir a ser, de devir. Neste sentido, o acontecimento como processo e como devir “mistura corpos”, tento a capacidade de atribuir qualidades e sentidos às coisas. Cf. *Diálogos*.

O modelo democrático parece se ancorar nessa idéia: somos todos iguais e discutindo chegaremos a determinados consensos. No entanto, Deleuze e Guattari se afastam de qualquer tipo de universal, por isso a prática de buscar a concordância está condenada a uma *opinião clichê* e sem sentido. Não há possibilidade de comunicação nesse processo, apenas discussões triviais. Para ambos, a contemporaneidade é marcada por essa prática vazia de comunicação, em que a fala excessiva aponta para novos marcadores de poder. A sociedade de controle é aquela em que a comunicação impera como padrão. Talvez seja preciso calar-se para resistir, silenciar para recusar.

No *Abecedário*, Deleuze concede algumas entrevistas para Claire Parnet⁵² e diz que o grande problema da filosofia sempre foi a reflexão e a contemplação. Contemporaneamente, outro problema se coloca: a comunicação⁵³. Por que a questão da filosofia é com a comunicação? Porque em certa medida a comunicação emperra a criação, faz estagnar os fluxos inventivos. Estar obrigado a dizer, a responder, esse é o problema da filosofia. O filósofo não tem motivação pragmática e utilitária, o filósofo não quer ser interrogado e estar conseqüentemente obrigado a responder a certas questões, o filósofo não precisa estar sendo explicado. Não é uma contraposição à fala, e sim um entendimento distinto da fala. Num momento em que a comunicação se fundamenta como lógica de todo processo, a filosofia encontra resistências para *durar*.

O mundo comunicacional e informacional contemporâneo produz em excesso a falação, a tagarelice. Mesmo porque falar é pertencer, é existir. Se eu sei sobre o que aconteceu ontem em Jacarepaguá na ocasião da morte de sete pessoas assassinadas pelo

⁵²Deleuze concede uma série de entrevistas a sua aluna Claire em 1988, portanto pouco antes de sua morte. Até então, ele sempre se negara a aparecer na TV. O que o fez dar as entrevistas foi uma *cláusula* com a condição de que o material só seria utilizado após a sua morte. Na ocasião, ele disse: “Então, já me sinto reduzido ao estado puro arquivo de Pierre-André Boutang, de folha de papel, e isso me anima muito, me consola muito, e quase no estado de puro espírito, eu falo ... após minha morte..”

⁵³ Deleuze se refere a três questões que a filosofia deveria abandonar: contemplação, filosofias que se referem ao transcendental; a reflexão, que tem como fundamento o eu e na contemporaneamente a comunicação. Hoje o filósofo é conclamado a comunicar.

tráfego da região, estou integrando uma certa comunidade. Portanto, pertencer é comunicar. A fala diz respeito à transmissão e propagação de informações, isto é, de palavras de ordem. Essa dimensão da palavra de ordem está associada ao capital, faz parte de uma sociedade de controle. As relações entre a fala e os aparatos tecnológicos da comunicação são efetivas. Os meios de comunicação multiplicam as falas e por conseguinte seus efeitos de pertencimento. Tarde afirma que opinar é imitar, ou seja, não devemos pensar a comunicação a partir dos conteúdos, e sim investigar a comunicação como repetição. Nós acrescentamos, como palavra de ordem.

Para se produzir pensamento, há que tentar se esquivar da comunicação que redundando, criar vácuos na comunicação, interromper fluxos comunicativos em prol das produções de outros enunciados. O que se percebe é que na contemporaneidade a fala está esvaziada, a opinião procede exatamente deste esvaziamento (SALES, acesso dezembro de 2005). Portanto, a filosofia difere da fala excessiva, ela procura o silenciar para que realmente algo importante seja dito. A todo momento somos impelidos a opinar sobre tudo.

A questão é novamente posta: como nos esquivarmos dos enunciados vazios? Deleuze e Guattari propõem um deslocamento em relação à própria concepção de comunicação. Ao invés de pensar a comunicação como troca de signos, entender a comunicação como problema de filosofia. A comunicação seria, neste sentido, produção de *transformação incorporal*, portanto produção de diferença e não de redundância. A novidade desse novo paradigma é valorizar o incomunicável.

Deleuze e Guattari criticam um certo estatuto da comunicação, a saber, pensar seus conteúdos. Para os autores, importa, antes de tudo, buscar os *agenciamentos* que promovem certas concepções de comunicação, entender os atravessamentos possíveis da falação, sem

precipitar, no entanto, a busca por uma ideologia subjacente. Talvez a arte⁵⁴ consiga criar os bolsões de não comunicação, ultrapassar a falação desavisada, as opiniões sobre tudo.

1.1. Os agenciamentos de enunciação

Para se distanciarem de uma concepção que propõe um sujeito da enunciação, sujeito este que centraliza o discurso, Deleuze e Guattari propõem a noção de *agenciamento coletivo de enunciação*. Os autores dizem que o sujeito é uma ficção e, portanto, não é dele o poder de produzir um discurso, uma fala, uma linguagem. Sempre falamos a partir de outras falas e esse processo engendra um agenciamento que é coletivo. O ponto focal dessa noção é estabelecer no seio da linguagem uma relação não apenas baseada entre signos, mas em elementos extralingüísticos, através da qual o agenciamento é sempre heterogêneo, visto que lida com diferentes componentes (MENGUE, 1994: 61). A idéia principal é tomar a linguagem a partir de conexões, de fluxos semióticos, sobretudo como prática extradiscursiva. Portanto, não cabe saber quem é o sujeito, e sim como ele se produz e a partir de que agenciamentos.

Esse aspecto é fundamental para a filosofia deleuziana: como supor os processos de construção das falas sem precipitar a centralização dos discursos num *eu comunicante*? Ao se referirem a Benveniste e à questão das abelhas que não têm linguagem⁵⁵, Deleuze e Guattari dizem que todo enunciado remete a outros enunciados. O que significa dizer que o “eu de enunciação” engendra uma pluralidade de “eus de enunciação”. Poderíamos afirmar que todo enunciado supõe uma série de outros enunciados. Melhor ainda, um enunciado não é único, e sim se coloca num conjunto com outros enunciados.

⁵⁴ A arte (perceptos) assim como a filosofia (conceitos) e a ciência (funções) furam os cânones representacionais e buscam o pensamento, a criação. Cada um com seus materiais.

⁵⁵ Ao percorrer os trabalhos de Benveniste – *Linguagem Humana e Comunicação Animal* – Deleuze e Guattari afirmam que a questão da linguagem não é ir de um *algo visto* para um *algo dito* e sim de um *dizer de um dizer*. Benveniste afirma que as abelhas não possuem linguagem, pois exatamente sempre se comunicam de algo visto para algo que se diz.

Neste ponto, Deleuze e Guattari propõem uma forma singular de conceber o discurso, agora não mais partindo de um *cogito pensante*, mas de um agenciamento processual, ininterrupto, que supõe outros tantos agenciamentos. O sujeito é abandonado pelos autores em prol de uma polifonia de vozes. O que conta é então a idéia de *co-funcionamento*, de fluxos, e não mais as relações de significante e significado, de representante a representado, como propunha a lingüística saussuriana.

Essa noção sofisticada de *agenciamento coletivo de enunciação* interdita a busca por um sujeito da enunciação, assim como uma concepção da linguagem como modelo de representação. Isso implica apontar para as variações a que os discursos estão expostos e para as circunstâncias em que os discursos se empreendem. Dizer pressupõe as circunstâncias em que se diz. Um juiz condena num tribunal, um torcedor braveja com seu time vendo o futebol, um professor testa seu aluno em sala, os agenciamentos necessitam de circunstâncias para serem produzidos⁵⁶.

Se tentássemos conceber todas as circunstâncias, veríamos que os enunciados são comunidades de outros enunciados. Procurar a origem desses enunciados seria uma tarefa impossível, pois os enunciados estão sempre a romper e a produzir novos enunciados. A linguagem está em processo, em devir, em constante variação. Neste sentido, quando Deleuze e Guattari introduzem a noção de *agenciamento coletivo de enunciação*, é para pensarem a linguagem em seu anonimato, como elemento de um campo social, assim como entende Tarde: a linguagem é algo que está se propagando, diferenciando-se e se projetando para se modificar.

Os enunciados estão sempre a se entrecruzar, não em correspondência ou causalidade, mas em agenciamento. Os enunciados se conectam, distribuem-se, inserem-se uns nos outros

⁵⁶ Não devemos confundir circunstâncias com ambiente. O ambiente é tomado como natural e determinado *a priori*. As circunstâncias, ao contrário, supõem condições de possibilidade que são construídas.

num *plano de imanência* em que estão em jogo componentes heterogêneos. Deleuze e Guattari buscam pensar os agenciamentos a partir de Hjelmslev. Esse lingüista dinamarquês irá propor algumas concepções inovadoras para a teoria da linguagem, a partir da noção da mistura de componentes lingüísticos e não lingüísticos, que acabará por se sobrepor à teoria do significante saussuriano.

Hjelmslev propõe dois tipos de planos que compõem a linguagem: o plano da expressão e o plano do conteúdo, cada qual com sua forma e substância⁵⁷. Deleuze e Guattari assimilam essa noção em sua literalidade, ou seja, com Hjelmslev os autores poderão falar que a linguagem remete sempre a uma mistura de componentes heterogêneos. A linguagem, neste sentido, constitui-se por agenciamentos que não são fixos, que estão em constante variação.

Conteúdo (coisas) e expressão (signos) estão expostos e colocados em conexão nos agenciamentos. Os dois planos, segundo afirma Philippe Mengue, têm sua independência, mas estão conjugados numa implicação recíproca. Numa leitura apressada, parece ainda persistir um dualismo fundamental na concepção de linguagem para Deleuze e Guattari. No entanto, isso é ultrapassado pela noção de processo, de variação, de fluxo.

O mais importante dessa concepção de linguagem como fluxo é que Deleuze e Guattari buscam pensar para além da noção de ideologia. Um primeiro afastamento é visível em relação a uma análise do discurso que toma como fundamento as marcas referenciais e as ideologias postas em funcionamento num determinado enunciado. A perspectiva dessa análise do discurso contribuiu muito para a idéia de que a linguagem não é reflexo de uma realidade

⁵⁷ Para exemplificar essa importante relação entre conteúdo e expressão, Patrícia Burrowes na esclarecedora tese *Le Monde Diplomatique, um jornal para pensar* discorre acerca de um caso em que um estudante americano quis adquirir um tênis personalizado da Nike que tivesse a seguinte inscrição: “sweatshop” (expressão do século XIX que se referia a um sistema longo e duro de trabalho e é usada hoje para denunciar fábricas da Nike e outras grandes empresas no Terceiro Mundo). A empresa julgou o pedido inoportuno, visto que fazia “variar”, segundo a autora, uma série de enunciados (consumo) tranquilizadores e ligá-los a outros enunciados que denotavam exploração, desigualdade, trabalho infantil. Cf. 56-60.

dada, no entanto a linguagem é vislumbrada a partir de um domínio exclusivamente discursivo. O esquema da representação continua validado como modelo teórico.

Não é o caso da concepção de comunicação proposta por Deleuze e Guattari. Ao recorrerem a Hjelmslev, os pensadores procuram pensar a linguagem como instrumento de certas transformações incorporais. E é com o mesmo intento que se aproximam dos estóicos. A comunicação para Deleuze e Guattari não se separa do acontecimento, por isso os agenciamentos supõem misturas de corpos, misturas de componentes necessariamente heterogêneos. Ao dizer para meu amado que o amo profundamente, ele enrubesce, fica emocionado. Neste exemplo, a linguagem operou determinadas transformações e ainda mostrou que é viva, que é corpo, pois produziu transformações materiais, sensíveis.

1.2. Opinião como palavra de ordem

A opinião, como indicou Gabriel Tarde, é produzida a partir do par imitação-invenção, portanto ela é uma espécie de efeito dos processos que incidem no campo social. Poderíamos dizer que a mídia é um dos componentes que multiplica, intensifica a opinião, apresenta-se como *reduplicadora* de determinadas impressões sociais. Mais do que inventar, ela faz repetir uma série de pressupostos, de palavras de ordem. Essa reduplicação é acoplada a determinados preceitos, por isso a afirmação de Florence Aubenas e Miguel Benasayag de que os jornalistas procuram na realidade “personagens para suas histórias”. Em outros termos, o jornalista vai procurar o que lhe interessa, o que ele considera fundamental, para registrar aquilo que for compatível com sua história. No livro *A fabricação da informação*, os autores procuram entender o ambiente jornalístico à luz dessa concepção.

Segundo Aubenas e Benasayag, a mídia está hoje exposta a uma nova configuração. Com o excesso de informação que nos assola intensamente, uma aura de desconfiança começa a marcar o campo midiático. Ao lermos um jornal, vermos um noticiário televisivo, ficamos

sempre a espreitar, a vigiar, a avaliar os enunciados. A convicção de que é real “porque está escrito no jornal” se inverteu na atualidade (AUBENAS & BENASAYAG, 2003: 9-11).

Isso se deve a uma mudança na própria estrutura de produção de conteúdo das mídias. O jornal durante algum tempo viabilizou a divulgação de fatos e assuntos que eram estritos a determinados ambientes. Neste sentido, o papel da mídia era apresentar aquilo a que provavelmente não se teria acesso por outros meios. O jornalista era um *mistura* de agente secreto com mocinho em busca de um bem comum. Hoje, com as tecnologias digitais, os conteúdos informacionais se tornaram ágeis e efêmeros. Essa mudança empreende não só uma aceleração na recepção, como também uma espécie de *produção da realidade*. O jornal já não é mais o mantenedor da realidade, pois a realidade é produzida, condicionada por uma série de vetores, sobretudo o midiático. Na verdade, o jornal funciona como marcador de tempo, vira uma espécie de relógio. Deleuze já havia mencionado que “os jornais, as notícias procedem por redundância, pelo fato de nos dizerem o que é necessário pensar, reter, esperar” (DELEUZE, 1996:17).

Florence Aubenas e Miguel Benasayag prosseguem afirmando que o papel do jornalista ou dos *mass media* é apenas encontrar personagens para uma realidade por eles pré-concebida. Não é simplesmente uma invenção, é uma *ideologia* (as respostas precedem a questões) o que povoa seu imaginário. Portanto, esses agentes vão a campo procurar personagens para atuarem em seus papéis previamente idealizados.

Toda situação inédita produzirá suas próprias criaturas. Um atentado. Encontrem-se o bombeiro heróico e a pessoa salva. Um movimento estudantil ou social? Procurem-se o líder e o manifestante que desfila pela primeira vez... O jornalista raramente “descobre”. No melhor dos casos, encontra, e no pior, encontra o que procura (idem: 19).

Esse mecanismo permite-nos pensar como determinados pressupostos funcionam como fundamento das matérias jornalísticas, como a opinião se apresenta então como elemento de repetição de palavra de ordem. O jornalista com sua opinião advinda de

determinadas práticas, enunciados, crenças, enfim, de determinados componentes heterogêneos, e as opiniões, que circulam, projetam-se a partir da mídia. Há uma intensa produção de palavras de ordem que impõem formas específicas de apreender os acontecimentos, são inúmeros os demarcadores semióticos, que nos indicam o que deve ser arquivado, o que deve ser analisado.

Não há como ignorar o dinamismo da opinião impulsionada pelos meios de comunicação. Ela foi colocada em dispersão, agilizada, disseminada, distribuída numa lógica sofisticada que envolve a palavra de ordem. Podemos dizer que a opinião hoje é midiática. Não porque a mídia a inventa, mas porque a faz ecoar, a exemplo do que faz uma caixa de ressonância em que se ouve uma voz em uníssono. Isso implica não só uma mudança conceitual, mas uma utilização que fazemos da opinião. Como apontam Deleuze e Guattari, mais do que entender o que são as coisas, a melhor questão seria como funcionam, o que acionam, quais são seus efeitos.

A opinião é um efeito desses agenciamentos. Ela é coletiva e aciona uma série de outros componentes. No entanto, entendemos que a opinião é um operador de poder, um dispositivo que aciona uma série complexa de novos dispositivos. Ela funciona como palavra de ordem, pois como linguagem não representa o real, mas determina, interfere, atribui determinadas expressões ao real. Podemos pensar acerca dessas questões a partir do filme realizado por dois irlandeses, Kim Bartley e Donnacha Ó Brian, que se dispuseram a documentar a vida política de Hugo Chávez e acabaram registrando acidentalmente o golpe empreendido na Venezuela em abril de 2002.

Como afirma Deleuze, “as máquinas não explicam nada, é preciso analisar os agenciamentos coletivos dos quais elas apenas fazem parte” (DELEUZE, 1992:50) Pois bem, gostaríamos de exercitar essa proposta. O filme sob o nome *A revolução não será televisionada* nos indica exatamente a força desses agenciamentos e do vetor mídia como

impulsionador de uma série de acontecimentos, incluindo a opinião do povo venezuelano e as forças políticas internacionais.

1.2.1. A paisagem do agenciamento

O vídeo apresenta inicialmente as modificações efetuadas pelo governo Chávez desde sua eleição. Chávez vinha com um discurso de distribuição de riquezas, principalmente dos lucros petrolíferos, e de fortalecimento da identidade nacional, com várias ações educativas locais que envolviam alfabetização e leitura da constituição para a formação política da população. Sem contar as ações como aparelhamento de frentes de saúde⁵⁸, projetos urbanos, distribuição de renda. Depois de anos de governos conservadores, a Venezuela passava por uma série de reformas que envolviam um amplo conjunto de organizações populares. Como todas as propostas coletivas, as resistências foram muitas. Quando a questão envolve o fortalecimento de uma nação que não carrega a insígnia da bandeira americana, as resistências são mais intensas ainda.

No ano de 2002, Chávez anuncia a substituição dos principais diretores da Estatal de Petróleo, até então dirigida, em sua ampla maioria, por empresários dessa área petrolífera. Em represália, o grupo de opositores convoca, durante três dias, por todos os canais de comunicação privados, uma marcha até a Estatal. Chávez se reúne no Palácio de Miraflores com seus ministros para decidir o que fazer diante do acontecimento. A Venezuela estava rachada. Os aliados a Chávez caminham no mesmo dia da marcha em direção ao Palácio para manifestarem solidariedade ao governo. Os opositores decidem modificar a direção da marcha e se dirigem também ao Palácio do Governo. Diante de um conflito iminente, o prefeito de Caracas, Freddy Bernal, vai até a VTV Estatal e pede para que opositores não se dirijam ao Miraflores. O exército tenta impedir o encontro das duas marchas. Em cima de um viaduto, os grupos começam a se agredir e alguns disparos são dados. Pareciam franco-

⁵⁸ Estima-se que hoje mais de 5.000 médicos cubanos desenvolvem na Venezuela pesquisas e ajuda humanitária para a população carente.

atiradores. Muitas mortes. Os chavistas começam a atirar nesses franco-atiradores. As imagens dos disparos são transmitidas pelas TVs privadas⁵⁹ sob um ângulo que coloca seus autores como responsáveis pela chacina. Em depoimento gravado, um alto funcionário da Venevisión mostra como a televisão manipulou o acontecimento, já que os tiros iam na direção oposta aos opositores. Como era de se esperar, o funcionário é demitido.

Sitiados no Palácio, Chávez e os ministros começam a travar uma batalha de mídia. A VTV Estatal tinha sido ocupada pelos opositores. Às nove e meia da noite, com uma unidade móvel, eles conseguem se conectar, mas são interrompidos. Do outro lado, as TVs privadas começam a passar desenhos animados e nos intervalos noticiários dizem que Hugo Chávez renunciou.

A equipe de gravação irlandesa filma a ansiedade dos chavistas no Miraflores, que não tinham possibilidade nenhuma de contra-efetuar as informações. Estavam sem a VTV Estatal e todas as TVs privadas se omitiram na cobertura dos acontecimentos⁶⁰. Alguns dirigentes das Forças Armadas levam a proposta para Chávez: ou ele renunciava ou o Palácio seria bombardeado. Nesse ínterim, as televisões já anunciavam a sua renúncia. Era apenas uma voz que ecoava na Venezuela, apenas uma versão sobre os acontecimentos.

Dez minutos antes do prazo do bombardeio, Chávez é levado para uma prisão militar, mas não renuncia. Alguns ministros conseguem fugir, outros são presos. A Venezuela amanhece no dia 11 de abril de 2002, com a televisão dizendo: “Estamos no governo de transição”. Um dos maiores empresários venezuelanos, Pedro Carmona, um forte empresário, é empossado.

⁵⁹ Civitta que colaborou com Pedro Carmona é considerado um dos maiores empresários de telecomunicações da Venezuela. É sócio da DirecTV, Venevisión e Telcel. É acionista também da maior cadeia de TV hispânica dos EUA, a Univision. Outras emissoras privadas da Venezuela RCTV (Rádio Caracas Television) Televen, TV Família (UHF 69), Globovisión,

⁶⁰ Segundo matéria de Lourival Sant’anna ao *Observatório da Imprensa*, “os principais meios de comunicação locais justificaram a falta de cobertura do que se passava no Miraflores alegando que seus repórteres corriam riscos” (acesso dezembro de 2005).

Em meio a essa confusão, todo o Congresso Nacional foi destituído por Carmona. Algumas cenas do filme mostram que o povo via as notícias de TV desconfiado. As emissoras locais transmitiam apenas a imagem de Carmona calmo, lânguido, tranqüilo, além de alguns jornalistas influentes concedendo entrevistas e “avisando que a Hugo Chávez havia saído do governo”, pois este não representava o povo da Venezuela. Muita informação, programas políticos, mesas de discussão sobre a inviabilidade do governo Chávez.

Uma avalanche de informações. Muitas opiniões que apresentavam a mesma sentença: Fora Chávez! – Governo Ditador e impopular! Como a mídia faz ecoar impressões, dissemina formações discursivas, algo estava errado. Essas falas não pareciam corresponder ao apelo popular, segundo algumas imagens do filme. Ora, Chávez fora eleito pelo voto direto, com ampla maioria, e as pessoas, principalmente os pobres, estavam sentindo as mudanças por ele empreendidas.

O golpe era de mídia. A utilização da imprensa e de todo um pool de empresas de comunicação foi fundamental. Programas políticos diziam para o povo o que reter, o que pensar. Os personagens foram encontrados pelos jornalistas: Chávez, o algoz, ditador, ligado ao narcotráfico colombiano e, o mais grave, amigo de Fidel Castro. Carmona, empresário neoliberal, com políticas que fariam a Venezuela se integrar à ordem mundial. Os personagens foram retratados, expostos pelos meios de comunicação. Mas a mídia não consegue apenas “influenciar” de uma forma diretiva e unilateral. Ela deve fazer par com uma série de outros dispositivos, de práticas, de componentes heterogêneos.

Na verdade, hoje a opinião é funcionalmente acionada e emotivamente excitada por meios de comunicação (rádios, TV, Internet). Nesse caso da Venezuela, encontramos alguns fatos que nos mostram como esse mecanismo pode ser desestruturado. A guerra midiática foi travada considerando a população apenas como uma massa e suas opiniões guiadas como uma

espécie de reflexo de opiniões já cristalizadas. O povo foi tomado como consumidor de uma opinião pública.

O que aconteceu na Venezuela foi uma espécie de furo nessa lógica. Claro que as informações que passaram a circular pela Internet e por emissoras a cabo, dando conta de que houvera efetivamente um golpe, fizeram o povo se insurgir. Foram os meios de comunicação que produziram o golpe do mesmo modo que o derrubaram. As agências internacionais foram importantes por levar vozes dissonantes para Venezuela e no dia 13 de abril a população fez uma caminhada para o Miraflores exigindo a presença de Chávez, com quem o exército também acabou entrando em acordo. Além disso, algo estava errado, porque as falas televisivas produziram discursos, formas de ver e sentir que não condiziam em muitos momentos com as práticas do próprio governo. Numa cena interessante de guerrilha entre o exército que protegia Carmona no Palácio Miraflores, um manifestante diz: “Chávez nunca colocou o exército contra o povo!”

A mídia sozinha não forma uma enunciação completa. O enunciado, como nos indicam Deleuze e Guattari, não parte de uma consciência. Isso afasta a possibilidade de tomar a mídia isoladamente, fora de determinadas circunstâncias enunciativas. No caso da Venezuela, a vontade de disseminar as opiniões cristalizadas de um grupo não surtiu o efeito desejado, e o efetivamente alcançado foi algo provisório. O golpe foi dado no dia 10 de abril e dia 14 Chávez estava no comando novamente.

Lembro-me perfeitamente que os jornais brasileiros, durante os primeiros dias, anunciaram o golpe de forma a nos fazer acreditar que o processo estava ocorrendo com o aval da sociedade civil organizada. O que se pôde comprovar mais tarde foi que o golpe tinha sido dado por uma elite que há séculos comandava a Venezuela e que a mídia privada daquele país sabotou todas as posições contrárias. Nesse caso, as aspirações dos venezuelanos e as

propostas do governo Chávez, não condiziam com as ambições daqueles que controlavam a mídia.

O movimento desencadeado pela Venezuela aponta para uma questão importante nos estudos de mídia: como os meios de comunicação acionam certos agenciamentos? Esse caso não se desvincula, no entanto, da questão publicitária, do marketing de informações acessadas pelo povo venezuelano na ocasião do golpe. O filme nos apresenta como a propaganda foi essencial para manter uma certa moderação dos venezuelanos. A propaganda parece se sobrepor de forma branda e muitas vezes imperceptível às palavras de ordem, aos enunciados conservadores, que emperram a possibilidade de produzir novos enunciados dissonantes, aqueles que permitem bulir, atihar os estados de coisa. Entre esses enunciados de manutenção – bem visíveis no caso Chávez – há um emblemático, em que uma jornalista ao fim de seu programa semanal se despede de seus telespectadores dizendo “até a transição, sem Hugo Chávez”.

Os efeitos foram muitos, assim como as motivações: vontade de transformar uma opinião em única possível, vontade de ministrar as opiniões. Vários elementos se agenciaram, mídia, exército, carisma, ganância, valores de todas as ordens. Componentes heterogêneos deram à opinião uma densidade, um volume de produção de modos de ver. No entanto, algo aconteceu, algo foi furado. Uma estratégia de governo? O exército estava com Chávez? A utilização também de armas midiáticas? Certamente todos os vetores atuaram com força e mantiveram durante alguns dias uma opinião que acabou sendo dissipada por outras opiniões.

2. Opinião como multiplicidade anônima

O caso da Venezuela apresentou de forma explícita o poder dos meios de comunicação na reduplicação de opiniões que se querem unânimes e estáveis. No entanto, pudemos assistir nos últimos meses de 2005 a alguns acontecimentos políticos que fizeram ecoar por todo país

impressões e opiniões sobre a gestão do governo Lula, muitas vezes difundidas de forma velada.

Em recente entrevista à revista *Caros Amigos*,⁶¹ Marilena Chauí afirma que a crise vivenciada nos últimos meses pelo governo Lula foi “um produto da mídia”. A professora discorre em cerca de cinco páginas suas impressões sobre a conjuntura política que solapou a imagem do PT como o único partido que não coadunava com a corrupção, nossa antiga companheira.

Chauí propõe uma análise sobre a mídia e se assusta ao “constatar” como *nascem as notícias*, a partir de parâmetros comerciais e mercadológicos. Segundo ela, a informação é um produto e como tal é difundida e distribuída para os leitores-consumidores. Ora, no capitalismo tudo vira mercadoria, não seria diferente com a informação jornalística, midiática. No entanto, o que a professora afirma é que a produção dos fatos obedece exclusivamente à lógica do mercado. Esta produção não se relaciona a questões minimamente públicas, mas fabricam-se fatos porque vendem-se fatos. Chauí acrescenta:

O que se diz é que vivemos n a sociedade em rede, que portanto o capital efetivo dessa sociedade é a informação. E ela é sociedade do conhecimento porque o saber como informação é o principal capital ativo das empresas... isso pressupõe uma certa concepção da informação que opera no nível econômico, no nível social, no nível político, no nível cultural, sem que você tenha a menor possibilidade de ter o controle dela. (CHAUÍ, *Caros Amigos*, nov.2005:37)

Essa lógica de produção atinge o cerne na informação. A informação transforma-se em elemento de troca, em produto de consumo, tanto necessário quanto desejado. Extirpam-se nessa operatória as possibilidades da informação como campo em que múltiplas vozes brotam, informação da multiplicidade, das diferenças. Essa questão se complica ainda mais se levarmos em conta a formação dos grandes conglomerados de mídia. Se tomarmos como exemplo o caso brasileiro, veremos que aqui a imprensa esteve durante décadas ligada a

⁶¹ Ano IX número 104 novembro de 2005.

famílias. Famílias Rodrigues, Marinho, fizeram história. Relações políticas, troca de favores, constituíam um campo jornalístico, em que os vetores de forças apontavam de diferentes formas e com múltiplas intensidades para valores e interesses.

Dentro deste quadro complexo de múltiplos atravessamentos de poder, de interesses e verdades, a opinião torna-se objeto de lutas e afrontamentos. Buscar a *opinião pública*, por exemplo, como a imagem de um coletivo múltiplo, que tem como alicerce a prática democrática, torna-se no mínimo fantasioso. Pois o campo social é abarcado por um determinado número de agentes, que vai desde o jornalista, passando por editores, diretores, até os leitores, que multiplicam as falas a partir de impressões cotidianas sobre os acontecimentos.

Mas a opinião não é uma *multiplicidade anônima*? Certamente. Sobretudo se consideramos a tese de Tarde (1976), que indica como o tecido social funciona por imitação, propagando continuamente formas, impressões; inventando continuamente necessidades. No entanto, a preocupação de Chauí reside exatamente no fato de que as multiplicidades muitas vezes são sabotadas por uma espécie de *valor econômico intrínseco à informação*. Sendo assim, veta-se a possibilidade de que as informações reflitam as vozes que ressoam no tecido social. Desde já a opinião parece ser conduzida.

Como indicamos, Tarde (1976) afirma que o par imitação-invenção aparece junto, compondo um campo de forças em que os vetores se entrelaçam ininterruptamente. Entretanto, hoje, com a velocidade das informações, o campo de forças, as multiplicidades que o compõem e as circunstâncias de invenção se estagnam, impossibilitando que novos pares invenção-imitação brotem. A questão principal é que a informação vira o próprio capital, a riqueza de uma sociedade midiaticizada. A partir desta transformação, a opinião é apreendida por novos paradigmas sociais, políticos, econômicos, simbólicos.

De fato, uma intensa mudança pauta também a apreensão da opinião. Não há como atrelar a opinião a uma leitura moderna que a ligava a um “livre arbítrio”, especialmente se a opinião se acopla hoje a uma informação-capital. As conquistas democráticas conceberam o ato de opinar dentro desta lógica de respeito à opinião, de opinião como verdade dos indivíduos. Cabe atentarmos para outra espécie de verdade, que a opinião funciona dentro de uma palavra de ordem, ordenando muito mais do que comunicando.

Se tomarmos como referência os incrementos das tecnologias comunicacionais, os aparatos informacionais percebemos com mais nitidez que a opinião mais do que pertencer a um indivíduo funciona como dispositivo de ordenação de práticas sociais. A opinião funciona então como elemento de pertencimento e de legitimação de poderes. Segundo Deleuze, as palavras são pequenas “sentenças de morte”. O autor afirma que as palavras foram feitas para se obedecer, acreditar nelas. Assim, a opinião funciona neste registro primeiro da palavra de ordem, elas são sentenças que buscam a obediência, a concordância.

A opinião, como estamos afirmando no decorrer do trabalho, funciona como palavra de ordem. Ela se instaura num indivíduo, portanto não parte dele, é múltipla produzida por agenciamentos. Assim como não parte do indivíduo, não tem como objetivo ir até ele. A opinião *encontra* o indivíduo a partir da série imitação-invenção. Desse encontro novos deslocamentos são produzidos num processo ininterrupto de realização.

Essa concepção sofisticada e original permite-nos pensar que a comunicação para a filosofia deleuziana valoriza o agenciamento em detrimento das estabilidades, as multiplicidades ao invés das diversidades. No entanto, a questão contemporânea incide sobre um aspecto tirânico da opinião, pois hoje há uma espécie de ditame que sistematiza a opinião dentro de uma simetria inabalável. Todos devem participar das discussões, seja em que posições se encontram, todos devem opinar independente de seus credos, ideologias e valores.

O importante é participar. Quanto maior a diversidade de pontos de vistas mais o sistema democrático se enriquece.

Parece-nos interessante apontar que, esse movimento em que as opiniões são desejadas, os pontos de vista solicitados, impera uma “ordem de opinar”. Ela funciona como palavra de ordem. A principal característica da sociedade da comunicação é esta: permitir que a diversidade apareça em prol de uma homogeneidade.

Cabe novamente salientar: para Deleuze e Guattari a comunicação traz sempre a diferença, ela é múltipla e anônima no sentido filosófico do termo. No entanto, o ambiente midiático em que vivemos nos faz acreditar que pela informação os consensos surgem como marca de uma sociedade efetivamente democrática. Como indicam Deleuze e Guattari, a comunicação que supõe códigos, consensos e entendimentos apresenta palavras de ordem e não diferenças. Hoje o ambiente jornalístico baseia-se na tese de que a informação traz um consenso desejável. Neste sentido, mais do que fomentar a diferença a sociedade da comunicação regula as diversidades.

2.1. O que faz uma opinião

A questão mais uma vez se coloca: qual a extensão da palavra de ordem? Num primeiro momento poderíamos afirmar que a palavra de ordem confere determinadas qualidades e sentidos aos corpos. A opinião funciona da mesma forma. Ela coordena formas de perceber os acontecimentos, imprime certos registros dos quais partem e chegam impressões de mundo.

Deleuze e Guattari esclarecem sobre a palavra de ordem: “As palavras de ordem não remetem, então, somente aos comandos, mas a todos os atos que estão ligados aos enunciados por uma “obrigação social”.” (p.16). O que os autores apontam é para uma função da linguagem que está vinculada a aspectos sociais em maior ou menor grau. Ambos afirmam que não há como fazer parte de um registro social sem supor palavras de ordem. A opinião

funciona assim na contemporaneidade como pressuposto de um vínculo coletivo e como elemento que faz funcionar uma série de poderes. Quem não der sua opinião está fora do social.

Gostaríamos de exercitar outra vez a análise de algumas situações que fazem reverberar determinadas opiniões. Para isso, tomamos como exemplo um caso recente que, apesar de não ter tido muita repercussão, figurou na Revista Carta Capital e em algumas notas pequenas de jornais, como Estado de São Paulo e Folha *On Line*. Apesar da pouca divulgação, a situação nos faz refletir a “extensão da palavra de ordem”.

O título de nosso item – *O que faz uma opinião* – reflete sobre os poderes aos quais as opiniões estão conectadas, sobre os projetos que deslocam, sobre como se agenciam. Não fortuitamente, pois estas são algumas questões que podemos erguer com a situação que descreveremos. O assunto foi impulsionado por uma matéria de Laurindo Lalo Leal Filho, publicada na Revista Carta Capital do dia 07 de dezembro de 2005. Nela, a seguinte circunstância era descrita pelo professor. A convite da Central Globo de Jornalismo, alguns acadêmicos participaram de uma reunião de pauta do Jornal Nacional. No total, nove professores de diferentes instituições, incluindo o professor Laurindo, dispuseram-se a entender como as notícias do maior jornal televisionado, que há vinte anos se mantém imbatível com relação aos números do IBOPE⁶², eram apuradas, editadas e transmitidas.

Logo pela manhã os professores foram recebidos pelo editor-chefe do jornal, Willian Bonner, que rapidamente explicou os resultados da pesquisa feita pela Globo para identificar o perfil do espectador do telejornal. Alguns traços foram “descobertos”: o telespectador é trabalhador, pai de família e por ter pouca escolaridade tem dificuldade de “entender notícias complexas”. Na redação, ele fora apelidado de *Homer Simpsons*, personagem de um famoso desenho

⁶² Estima-se que o Jornal Nacional atinja todos os dias a casa dos 40 pontos no IBOPE. Para que cada ponto são 10.000 televisores ligados.

animado nos EUA, concebido por Matt Groening. O *Homer* americano se aproxima da imagem de telespectador traçada pela pesquisa: é simpático, mas estúpido; raciocina com dificuldade e tem atitudes que muitas vezes geram desconforto e, outras, muitos risos; é bonachão, come muito e é vidrado em televisão.

Segundo o professor Laurindo, Bonner se referia corriqueiramente ao personagem para “escolher” as matérias que iriam ao ar. “Essa o Homer não vai entender”, dizia o editor-chefe ao ouvir algumas sugestões de pauta para o jornal. Ninguém contradizia ou questionava a seleção das matérias. Os temas eram sugeridos seguindo o critério do “Homer”, tudo simplificado, de fácil apreensão e produzido a partir de uma lógica que imprime à informação um valor de mercado. A informação é transmitida para o “Homer” a fim de agradá-lo, de não afastá-lo da TV.

Esse critério parece instaurar uma “censura invisível”, aquela a que Bourdieu se referia ao falar sobre a televisão. Segundo o sociólogo, a televisão enfrenta uma “violência simbólica”, relacionada ao tempo (sempre escasso), que dota os assuntos de uma superficialidade excessiva, e relativa à publicidade, que indica o termômetro do consumo. Esses fatores produzem, tanto por parte de quem faz a TV, quanto de quem lhe assiste, um nivelamento da informação, uma homogeneização. Há uma equiparação entre os acontecimentos, eles se equivalem e tendem a desaparecer. Um grau pequeno de informação tende a permanecer, já que todas são semelhantes.

Mas nossa reflexão reside nesse aspecto *reprodutor* de uma opinião que acaba pautando outras opiniões. O título do artigo do professor se referia a isso – *De Bonner para Homer* – ou seja de um “indivíduo”⁶³ para outro. De uma opinião para outra. Ou de um ideal de Homer para outro Homer. O professor Laurindo descreve que a reunião foi direcionada pela

⁶³ Na revista seguinte Bonner escreve uma carta em sua defesa e diz que um jornal nunca é feito por uma só pessoa e sim por uma equipe. No caso do Jornal Nacional, segundo o editor, são mais de quinze profissionais, entre repórteres, subeditores e técnicos em geral.

opinião do próprio editor, sem o “mínimo de discussão”. Diante de uma reportagem sugerida pela “praça” de Nova York, sobre uma empresa de petróleo da Venezuela que vendera seu produto a baixo custo para famílias pobres de Massachusetts, o editor pergunta se os jornalistas sabem qual é a posição do governo americano. Depois de ouvir a negativa, ele simplesmente profere: “Essa reportagem é inapropriada para o jornal”. Mais adiante, uma outra pauta é oferecida: um juiz de Contagem libera alguns prisioneiros por falta de segurança na delegacia. Bonner braveja: “Esse juiz é um louco”, e, indignado, pede para que dêem a devida visibilidade ao caso. Laurindo prossegue:

Nenhuma palavra sobre os motivos que levaram o magistrado a tomar essa medida e, muito menos, sobre a situação dos presídios do Brasil. A defesa da matéria é em cima do medo, sentimento que se espalha pelo País e rende preciosos pontos de audiência. (Carta Capital, 07/12/05)

Como escreveu Foucault (1986), os discursos devem ser tomados como práticas que formam os objetos de que falam, eles instalam determinadas condições de possibilidades para seus objetos. Portanto, os discursos não relacionam realidade e língua, códigos e experiências, não representam impressões, ao contrário, atribuem impressões. No caso dessa última matéria, podemos perceber como os discursos produzem seus próprios objetos, promovem uma pedagogia das impressões. Com isso, salientamos mais uma vez como a mídia produz mais do que representa, reduplica e torna visível mais do que manipula.

Investigar a opinião como palavra de ordem é entender que hoje a opinião funciona como um operador de poder. Assim, entendemos a opinião como elemento reverberador de impressões úteis para poderes, já que ela está inserida no regime da palavra de ordem. A função opinar, a qual nos referimos acima, empreende, de um lado, o desejo de participar, de outro, a vontade de ser incluído. Por isso, em nossa sociedade comunicacional tudo torna-se possível, qualquer opinião é válida e agitada como bandeira. O *modelo empresa*, que substitui o *modelo fábrica*, do qual cita Deleuze (1995), nos traz essa dimensão: uma ininterrupta produção de pensamento, de conquistas, de formas novas de viver acopladas a uma constante

modulação dessas formas de viver. O controle, então, se empreende pela modulação e não pelo cerceamento.

A questão acionada pela matéria do professor Laurindo nos aponta para esse problema: não há uma censura por parte do Jornal Nacional, ao contrário tudo “pode” ser dito, para todos os assuntos existirão opiniões. O que acontece é uma modulação dos assuntos, uma direção de como abordá-los, a partir, claro, de uma suposição de que do outro lado da tela existe um Homer que espera que as matérias sejam claras e simples; que o Bonner possa informá-lo sobre o que aconteceu no mundo sem com isso “assustá-lo” com informações obtusas que ele não entenderá. As empresas de comunicação intensificam a modulação: “Participe! Dê sua opinião! Faça parte dessa família!”, algumas coordenadas semióticas que nos indicam o que deve ser retido e esperado.

Na realidade sempre nos relacionamos através de palavras e dizeres que se constituem em cima de outros tantos dizeres. Por isso há uma certa natureza tirânica nas palavras de ordem, o que as transforma numa caixa de ressonância nos processos de constituição da opinião. Bonner, com suas impressões, imprime uma diretriz ao Jornal Nacional na qual o menos importante ou o menor grau é a imparcialidade e neutralidade. Ao contrário, a opinião faz operar uma lógica de repetição de palavras de ordem que em última instância conferem formas de compreensão dos acontecimentos.

Muitas vezes a televisão organiza e catalisa alguns discursos que movimentam um debate, uma discussão, algumas opiniões em nível local ou mundial. Estamos expostos cotidianamente a uma série de dizeres que engendram outros dizeres. No entanto, vivemos num mundo em que a homogeneidade prevalece quase soberanamente. A sociedade da comunicação, mais do que fomentar os discursos, indica-nos, acima de tudo, como consumi-los. Esse processo imprime uma espécie de repetição não criativa, uma repetição redundante, uma repetição do mesmo.

3. Repetir para ficar igual

Talvez possamos colocar a questão: como funcionaria essa repetição que estamos afirmando não ser criativa? Não é difícil perceber que o funcionamento geral das notícias nos jornais procede por “dizeres de dizeres”. Cabe salientar que a imitação, conceito que percorremos com o sociólogo e filósofo Gabriel Tarde, em nada se assemelha à repetição a que estamos nos referindo. Tarde, ao contrário, afirma que imitação é um “ato social elementar” que dá consistência ao processo de invenção que emoldura todo o tecido social. Portanto, para o pensador é impossível conceber o campo social sem a imitação-invenção. Portanto, imitação-invenção caminham juntas, fazem os processos sociais propagarem.

Contrariamente ao que concebe Tarde, a repetição, elemento que fundamenta a prática jornalística em geral, funciona como um operador que constitui o próprio campo onde circulam as informações. Bourdieu já havia salientado as dificuldades enfrentadas pelos jornalistas na busca por informações. Com as agências de notícias, que operam na distribuição desse material, a apuração quase desapareceu, deixando um vácuo na confecção da notícia. O autor denomina esse processo de “circulação circular de informação”. Os jornalistas se lêem, referem-se uns aos outros e promovem uma grande caixa de ressonância informacional. Bourdieu salienta: “para os jornalistas a leitura dos jornais é uma atividade indispensável e o *clipping* um instrumento de trabalho: para saber o que vai dizer é preciso saber o que os outros disseram” (p.32). Portanto, a repetição torna-se elemento fundamental do *corpus* comunicacional. Paradoxalmente, a informação, que deveria trazer o novo, traz na realidade o mesmo. É a repetição que promove uma espiral do mesmo.

É importante diferenciarmos o termo repetição para melhor percorrermos a idéia de que ele faz parte de todo o processo de produção jornalístico. Como afirma Balzac (2004) no esclarecedor texto *Os Jornalistas*, “a imprensa não é tão livre quanto o público imagina” (p.39), pois há sempre conchavos a se fazer, acordos a se subscrever. Esse é um dos

mecanismos que torna a repetição elemento fundamental na exercício jornalístico. A imprensa seria repetitiva porque estaria “aprisionada” a poderes e interesses que são persistentes. As relações do campo jornalístico funcionam, voltando a Bourdieu, a partir de forças, de interesses, de valores simbólicos e econômicos. Não podemos deixar de salientar que os interesses e os poderes em jogo mudam continuamente e com eles mudam também as informações disponibilizadas. No entanto, existe um valor maior, soberano, que é o econômico, e que por ser imutável também cristaliza as informações, tornando-as repetitivas.

Não é execrando a repetição que poderemos ter uma prática jornalística “pura”, “ideal”, repleta de valores éticos inabaláveis, nem cabe aqui moralizar a mídia apontando-a como algoz, mas entendemos que o modelo da repetição formou-se como condição de possibilidade para a prática jornalística. E essa repetição empreende uma lógica que coloca a informação numa rede de ressonância. A informação parece trazer sempre o mesmo. Mas a grande questão como indicam Aubenas e Benasayag (1999) é que a “principal característica da sociedade da comunicação não teria sido produzir um “pensamento único”, mas bem ao contrário, permitir todos os pensamentos em um mundo único (p.77)”.

3.1. Tratado da repetição

Em nossa sociedade da comunicação, cabe salientar que a opinião sofre uma dinamização exacerbada, tanto em níveis coletivos quanto individuais, provocando um constante refluxo de assuntos. Ora discorremos sobre crise econômica, ora nos interessamos pelos casamentos das celebridades, ora discutimos sobre escândalos no INSS. A mídia funciona como termômetro desses assuntos. Segundo Aubenas e Benasayag é comum nas salas de redação perguntar como apresentar determinada situação sem contudo perder o foco de sua importância e relevância. O foco e a relevância ficam a critério dos jornalistas, das impressões dos jornalistas que antes de irem ao fato, já o concebem aprioristicamente. Tudo isso para despertar um *signal de alarme*, como sustentam os autores. Porque segundo eles a

mídia teria essa função de ser uma espécie de *consciência coletiva e seletora* de impressões. Aubenas e Benasayag continuam:

Esse processo de sinal de alarme funciona em geral mobilizando imagens e situações de um passado mais ou menos recente, e joga com a memória. Na cultura Européia, a Segunda Guerra Mundial permanece, evidentemente, o ponto de referência central. Sobre a questão dos emigrados, um leitor se perguntará, por exemplo, se já estamos num estado comparável ao fascismo. (idem:84)

Esse processo faz redundar as opiniões, torná-las equivalentes. Isso vale para refletirmos a *repetição do mesmo*. Se tivermos uma notícia de guerra iminente na Europa ou uma ação terrorista, os jornais tentarão contextualizar informações desse tipo na própria história do continente. Frequentemente usam-se pequenos boxes⁶⁴ para esta função. A dinâmica da produção da informação obedece assim amiúde a um *ritornelo* de efeitos e causas permanentes. O teor das notícias é o mesmo, como também a forma como são apresentadas.

Parece-nos que a repetição no jornal funciona para produzir o mesmo e manter um certo sistema de enunciados. A opinião também sustenta um certo número de enunciados. Quando alguns amigos se reúnem e a discussão gira em torno de questões políticas, terão alguns a favor da política internacional, outros contra e alguns se absterão de comentar. No entanto, a prática de opinar será resguardada por todos sem exceção.

A prática jornalística apresenta uma fórmula que, além de uma repetição inerente ao próprio discurso dos jornalistas e uma busca incessante por opiniões divergentes, controla os fluxos das opiniões a partir de uma normatização dos acontecimentos. Tudo deve ser noticiado em prol de uma diversidade de opiniões, de pontos de vista. Quanto maior o espectro das opiniões mais completo aquele jornal, mais eficientes as informações. Mas trata-se de uma diversidade controlada no contexto dessa fórmula.

No rol das grandes notícias - clonado mais um animal, morre um astro de Hollywood, atentado no metrô de Londres – e inerentes a elas, tudo deve ser explicado, medido

⁶⁴ Pequenos espaços separados por bordas em que a matéria pode ser contextualizada historicamente.

estatisticamente, para que dali brotem opiniões, sensações e conhecimentos. Na sociedade da comunicação os jornalistas funcionam como ecos de dizeres. Não são cientistas, no entanto apresentam as últimas pesquisas em genética, não são economistas, mas indicam a cotação da bolsa, não são policiais, mas fazem plantão na porta de delegacias. Eles estão a espreita dos acontecimentos, mas também o produzem com suas canetadas e máquinas.

Hoje entender essa lógica torna-se fundamental para perceber que a opinião está sob a égide da seguinte coordenada: “deve-se opinar acima de tudo”, “deve-se participar sempre”. Parece-nos finalmente que essa determinação coloca em xeque o próprio estatuto da opinião visto que a circunscreve mais amplamente no conjunto de diretrizes de controle. Todos podem opinar e acima de tudo devem opinar, pois a opinião se transformou num elemento de ordenação do campo social.

CONCLUSÃO

OU O IMPÉRIO DA OPINIÃO

*Dizemos muito menos coisas originais do que acreditamos.
Pierre Bourdieu - Sobre a televisão, p.31.*

O que devemos considerar após essas reflexões? A opinião está hoje inserida numa lógica de controle. É preciso pensar, como afirma Deleuze, que a passagem da sociedade disciplinar para a sociedade de controle acontece por gradação, e não por substituição. É modulando que os poderes se adensam, é liberando que a máquina de redundância funciona. Por isso torna-se importante entender que a opinião opera num “deixar falar”, num ampliar ininterrupto dos discursos. O cerceamento, modelo que supõe o poder como domínio, como estrutura e instituição, foi adicionado ao passado. Mas como afirma Foucault, poder “é uma situação estratégica”, ele constitui um jogo e não desaparece, mas fundamenta as práticas cotidianas.

Hoje todos têm idéias e opiniões sobre os assuntos. Aliás, a opinião torna-se elemento de vinculação e ordenação social. Não interessa o que é dito, como é dito, importa que se diga. Importa que a opinião funcione como índice de pertencimento. Mas pertencer é estar enlaçado à rede dos discursos, pertencer é também estar controlado. Podemos ainda avançar neste aspecto, na medida em que a opinião, mesmo subordinada a uma lógica de controle, é ainda consumida como produto. Uma das conseqüências desse processo é que a opinião passa a ser tomada como bem de consumo, e assim é manufaturada e distribuída como um produto qualquer, como o sabão em pó, o pão, o carro. Além de consumida, a opinião é descartada. Neste sentido, uma diferença fundamental nos separa dos gregos. A opinião na Grécia pertencia a um indivíduo, como fundamento de suas verdades. Hoje, atrelada aos meios de comunicação, a opinião torna-se elemento de troca, é sempre parcial e barganhada como objeto de consumo.

Esse mecanismo suscita alguns debates essenciais, sobretudo com relação à verdade. A verdade, para o homem grego, não se dissocia do contexto religioso. Ela é uma narração ritualística. Por isso a palavra só pode ser proferida em determinadas condições e por determinados personagens. Na Grécia, a palavra expressa um conjunto complexo de condutas, do qual emerge uma série de valores simbólicos, motivo por que no mundo grego a verdade está na palavra, é a própria palavra. Dizer supõe produzir uma ação no mundo.

Essa concepção de palavra será reelaborada por Platão. A tese platônica propõe ligar a palavra ao do discurso. O filósofo, assim, afirma que a palavra deve ser regida e legitimada pelo discurso, além de proferida segundo regras rigorosas a fim de se alcançar a verdade. Aristóteles dirá que filosofar implica *logos*, neste sentido, buscará entender a palavra como fundamento e força motriz do discurso retórico que pretende pensar o mundo através de uma lógica intelectual.

O universo grego propõe, com suas singularidades, pensar a palavra como elemento de produção de um indivíduo, ao mesmo tempo que é também a palavra quem responde pela ligação do indivíduo ao cosmo, à *phýsis*. No decorrer do trabalho pudemos discutir como o pensamento grego vai entender a palavra, a opinião de forma distinta daquela como a concebemos hoje. Contemporaneamente, com os incrementos nos meios comunicacionais, a opinião não parte de um indivíduo como verdade inabalável, não a traduz nem dela é fruto. Contrariamente a esta concepção, hoje estamos imersos num amplo contexto em que a opinião é distribuída como produto a ser consumido e as interioridades foram abandonadas em prol de subjetividades sempre processuais, instáveis e variáveis.

Se por um lado os indivíduos foram reconfigurados nesse processo ininterrupto de produção de si e do mundo, as subjetividades passaram a ser consideradas como a própria riqueza do capital. Não é vendendo sanduíche que um império se consolida, mas antes de tudo, é produzindo um modo de vida, um certo jeito de viver e sentir, em suma, uma

subjetividade, que ele se expande. A riqueza hoje está acoplada a uma maneira de ver o mundo e esta visão específica se conecta a determinadas lógicas de poder capitalísticas.

O duo consumo-subjetividade caminham juntos e se retroalimentando continuamente. Não estamos querendo dizer que o modelo da consciência deva ser tomado como exemplo. Muito ao contrário, se o momento que estamos vivendo indica algo de interessante é a possibilidade de pensarmos sem contudo buscar os universais. Por outro lado, o capitalismo contemporâneo parece se ancorar exatamente no processamento das formas de viver e sentir, fundar-se na subjetividade.

Guattari havia alertado para uma subjetividade que impera contemporaneamente: a *subjetividade capitalística*. A noção de subjetividade se opõe à de sujeito. A subjetividade está sempre em processo, é coletiva e se compõem a partir de *agenciamentos*. No entanto, a *subjetividade capitalística* aparece em forma de vinculações nas quais o mercado opera como delimitador. Ela se estende, ela percorre, ela se amplia, entretanto seu desenho permanece como padrão referencial. A *subjetividade capitalística* se constitui paradoxalmente de dois pólos: a variação constante e a permanência do mesmo, a saber, o consumo. Num primeiro momento, ela desterritorializa para reterritorializar. Ela libera para aprisionar. A *subjetividade capitalística* funciona nesse processo de fluxo-refluxo. Guattari esclarece:

A produção da subjetividade pelo CMI (capitalismo mundial integral) é serializada, normalizada, centralizada em torno de uma imagem, de um consenso subjetivo referido e sobredecodificado por uma lei transcendental. Esse esquadramento da subjetividade é o que permite que ela se propague, a nível da produção e do consumo das relações sociais, em todos os meios (intelectual, agrário, fabril, etc.) e em todos os pontos do planeta. (GUATTARI, 1986:40)

As relações entre capitalismo e os meios de comunicação se efetivam em nosso tempo. Por isso, os acontecimentos vivenciados após os anos 90 e principalmente aqueles ocorridos durante a década vêm motivando uma reorientação dos conceitos, das teorias e das práticas. Torna-se premente procurar entender que novas relações são traçadas entre capitalismo e os

meios de comunicação; que novos contornos de poderes se instaram, que novas formas de resistências são possíveis. Uma das maneiras de pensar sobre isso é adicionar elementos que façam ruim com os consensos, os referenciais.

Nosso trabalho buscou percorrer essas questões tendo como aporte a opinião, tão cara às democracias liberais, tão funcional para o capitalismo contemporâneo. Estamos experimentando uma mudança no estatuto da opinião: do desejo de ser voz de uma consciência esclarecida, para um produto de sondagem a um elemento de controle. Hoje mais do que pensá-la como algo a ser dominado, vivemos um momento de proliferação das opiniões. As opiniões representam todos os pontos de vista: o contrário, o a favor, além daquele de quem deseja se abster, no entanto o que não se condena é a prática excessiva de opinar. Essa opinião excessiva beira uma tagarelice tola, que se conjuga ao modelo capitalista. A máquina de redundância estende-se dessa forma, proliferando, ampliando as formas de pensar e agir.

Nosso interesse circulou pelas concepções modernas de opinião. A partir principalmente da Revolução Francesa, vemos surgir uma vontade de conectar opinião e público. Esses termos produziram a *opinião pública*, que durante algum tempo (e até os dias de hoje) funciona como operador de governos e estados. O domínio da *opinião pública* foi criticado em nosso trabalho. É possível pensar uma opinião pública como somatório de opiniões individuais? Ou ela é apenas um aglomerado estatístico, um instrumento que fundamenta a mídia em geral? Concluimos que o termo *opinião pública* funciona como ferramenta de especulação, por isso nosso interesse em analisar algumas pesquisas de opinião, a fim de averiguarmos a lógica de seu funcionamento.

Uma freqüente questão percorreu nosso trabalho: como a pensar a opinião, hoje, a partir dos cruzamentos, das intercessões constantes entre meios de comunicação e capitalismo contemporâneo? Ou seja, como entender a opinião a partir da *função opinar*. Um pensamento

foi fundamental para esta empreitada, as idéias de Gabriel Tarde. Tarde elabora uma sofisticada análise do campo social, sem contudo entendê-lo a partir das estabilidades, das representações equilibradas. O sociólogo percorre a formação do campo social pelos seus movimentos, agitações e criações. A pergunta do pensador é inquietante: porque o campo social se estabiliza visto que tem como base a constante invenção?

Tarde busca pensar o social pelo par invenção-imitação. O campo social se propaga ininterruptamente, se estende, se dobra e se amplia. Portanto, tentar tomá-lo em sua estabilidade e equilíbrio é necessariamente destituí-lo de sua produção, afastá-lo daquilo que o define. Nessa constante agitação do campo social, as relações pessoais, interpessoais, culturais, econômicas e afetivas são reconfiguradas e transformadas. Por mais estabilizado que o social se apresente, sempre haverá, em maior ou menor grau, novas invenções a serem empreendidas, novos rearranjos subjetivos que atravessarão formas hegemônicas dos modos de viver. A criação é para Tarde o ponto focal de toda formação social.

Tarde nos apresenta também como os meios de comunicação podem “controlar” os fluxos sociais e como a opinião deve ser pensada a partir da *propagação*. Ora, claro que de forma sofisticada o poder produz mais do que cerceia. Ele funciona capilarmente, nos interstícios interpessoais e coletivos. Portanto é na análise minuciosa das subjetividades que poderemos entender como evolui, como se instaura o poder e como há sempre escapatória desses processos homogeneizantes.

Tarde e Foucault se complementam, na medida em que as subjetividades propagam-se constantemente e dessa propagação pode advir as resistências. Se o poder está por toda parte, as resistências também. Não existe poder sem resistências, sem interlocutor possível. Elas caminham no mesmo espaço sinuoso dos poderes e redimensionam pequenas fraturas, acima de tudo desejáveis.

Como dissemos, para Tarde o social se forma a partir da imitação-invenção. A imitação, diferente da invenção, molda e dá consistência às relações, por isso desempenha nas sociedades um papel essencial, comparável ao da teoria da hereditariedade. Para o organismo social perdurar, a imitação, através de um acoplamento com a invenção, cumpre função de perpetuar as vibrações dos movimentos universais. Já a invenção rompe com algumas estabilidades, ela tem função de fazer emergir o novo.

Tarde propõe ainda pensar uma teoria da opinião. Esta, segundo o autor, está fora de um indivíduo e dentro de um ambiente coletivo. A opinião não traz em si uma identidade, não é de um indivíduo supostamente isolado do coletivo. Aliás, Tarde supera e muito a dicotomia entre social e individual que marca os estudos da sociologia. A opinião é um elemento de conjugação entre os cérebros, de união entre as diferenças que compõem o campo social. É por isso que em sociedades “avançadas”, nas quais os indivíduos mutuamente e incessantemente se sugestionam, existem mais opiniões, mais idéias que serão encontradas e compartilhadas.

Tarde deseja conceber a opinião a partir dos vínculos que ela exerce. O pensador não se interessa pelos conteúdos das opiniões e sim por uma qualidade particular delas, que é, em última instância, a de produzir a sensação de pertencimento e os laços coletivos. Para Tarde, a principal característica da opinião é seu aspecto propagador, sua feição reverberadora. Lá onde existe opinião há um coletivo que se forma. Esse pensamento conjuga opinião e imitação como elementos básicos para a formação social. Por isso nosso interesse em entender qual a característica contemporânea dessa propagação e qual o seu estatuto.

Procuramos em nossa pesquisa averiguar e analisar algumas transformações que se apresentam como fortes tendências no início deste novo século. A principal delas é que hoje a opinião está acoplada a uma *função opinar*. Vivemos sob o império da opinião.

A exemplo do que afirmam Aubenas e Benasayag, no império da opinião, a possibilidade de criticar foi dissolvida. É comum, segundo os autores, que na grade de programação das emissoras figurem quadros em que se “decodifique” o próprio funcionamento da emissora (AUBENAS & BENASAYAG, 2003:72). Rádios e jornais trabalham no mesmo caminho, colocam à disposição dos espectadores posições divergentes sobre os assuntos e resumos críticos sobre as notícias. Esse mecanismo parece minar com a possibilidade de uma crítica que teria a função de fazer circular ou romper com determinados discursos. Os autores completam:

Ao deixar-se integrar nesse sistema, a crítica limita-se por sua vez a um dos elementos do *show*, um dos atos da peça, reduzindo-se em suma à crítica espetacular...(idem: 73)

Há nesse processo a repetição de determinados discursos que mantém, em última instância, um regime de enunciados. Ao invés de estar em processo, em mudança e invenção o sistema parece ficar estabilizado com essas maquinações. Um discurso, como vimos com Foucault, tem diferentes alcances dependendo dos lugares em que são proferidos. A crítica ao aceitar as regras impostas pelo campo da comunicação, mina suas possibilidades de romper com cânones reacionários. Seu potencial ficará inerte, portanto não promoverá deslocamentos tão necessários à ordem social.

Uma das formas mais sutis e eficazes das demarcações das subjetividades se dá através da linguagem. Os enunciados, segundo Deleuze e Guattari e os estudiosos da pragmática, são *atos de fala* que efetuam uma ação quando pronunciados. Portanto, a linguagem não representa o mundo, mas produz certas sensações de mundo. As palavras não são reflexos da realidade, mas imprimem certas transformações na realidade. No momento em que a crítica é condicionada pelos parâmetros dos meios de comunicação, fica restrita a um adereço dentre outros que movimenta opiniões.

Por isso, a nosso ver, a opinião funciona dentro de uma lógica que a condiciona a certos preceitos. A opinião funciona como palavra de ordem. Segundo Deleuze e Guattari, a palavra de ordem é um demarcador de poder inerente ao próprio discurso, por isso os autores se distanciam de algumas concepções de comunicação, de algumas teorias da linguagem que se fundamentam na tese de comunicar é trocar signos.

Deleuze e Guattari dirão que a redundância é o pressuposto da linguagem. O que na realidade se comunica é o mesmo, aquilo que já está solidificado dentro de um registro social. A redundância advém de uma linguagem que se quer informativa e comunicativa, por isso o registro social “obriga” uma certa transmissão de palavras de ordem.

A exemplo dos autores, entendemos que a opinião na contemporaneidade funciona como marcador de poder, estende-se a partir de palavra de ordem. Neste sentido, seria então preciso entender a comunicação a partir da ação, e não da representação. O modelo representacional sugere a linguagem como uma comunidade de códigos e dependente de um sujeito da enunciação. Já a tentativa de Deleuze e Guattari é pensar a partir de *agenciamentos coletivos de enunciação*. A noção de agenciamento nos leva a ponderar a linguagem como processo que se efetua sem, no entanto, supor sujeitos delimitados. A opinião então se estende anonimamente, sem identidade, propagando-se ininterruptamente. Essa propagação acontece a partir de determinados preceitos, muitas vezes ordenando um registro capitalística em que o descarte, a simplificação e o prático imperam como lógica de funcionamento.

Ao propormos analisar a opinião como palavra de ordem estamos em fim apontando para uma modificação no próprio conceito de *sociedade democrática*. A democracia supõe uma diversidade e heterogeneidade de vozes e posições. No entanto, o que podemos averiguar é que novas formas de exercícios de poder explicitam-se e constituem-se fortemente como única direção possível. As opiniões, ao invés de fecundarem as dissonâncias, parecem mais

aprisioná-las num uníssono referencial. Mais do que o direito de opinar, talvez o momento exija um calar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T.W e **HORKHEIMER**, M.. *A Indústria Cultural o Iluminismo como mistificação das massas*. In: Dialética do Esclarecimento. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

ARBEX JUNIOR, J. Showrnalismo, a notícia como espetáculo. São Paulo: Ed. Casa Amarela, 2001.

ARISTÓTELES. Arte Poética. São Paulo: Ed. Martin Claret, 2004.

AUBENAS, F & **BENASAYAG**, M. A fabricação da informação – os jornalistas e a ideologia da comunicação. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

AUGRAS, Monique. Opinião Pública. Teoria e Pesquisa. Petrópolis. Rio de Janeiro, Ed. Vozes, 1974.

BLUMER, H. *A massa, o público e a opinião pública* In: Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: T.^a Queiroz Editor, 1971.

BOURDIEU, P. *A opinião pública não existe*. In: Questões de Sociologia. São Paulo: Marco Zero, 1983. p. 173-182.

_____. Sobre Televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRETON, Philippe. Sociologia da Comunicação. São Paulo. Ed. Loyola: 2002.

CAIAFA, Janice. Nosso século XIX. Notas sobre arte, técnica e poderes. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2000.

CHAUÍ, Marilena. Convite à filosofia. São Paulo: Ed. Ática 2002.

CHÂTELET, François. A filosofia Pagã. Rio de Janeiro: Ed Jorge Zahar Editor, 1973.

_____. Platão. Portugal: Rés Editora, 1990.

_____. Logos e Praxis. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1972.

_____. Uma história da razão – Entrevias com Émile Noel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

CHILDS, Harwood L. *Que é opinião pública*. In: Relações públicas, propaganda e opinião pública. 2. edição. Rio de Janeiro: FGV, 1967. p. 44-61.

DELEUZE, Gilles. Conversações. Tradução Peter Pál Perbart, Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

_____. Diferença e Repetição. São Paulo: Ed. Graal, 1988.

_____. A Dobra – Leibniz e o Barroco. São Paulo. Ed. Papirus, 1991.

DELEUZE, G ; PARNET, C. Diálogos. Trad. Heloisa Araújo Ribeiro. São Paulo: Escuta, 1998.

DELEUZE, G e GUATTARI F. - Mil Platôs- capitalismo e esquizofrenia; Tradução Aurélio Guerra Neto, Ana Lúcia de Oliveira, Lúcia Cláudia e Suely Rolnik. Vol. 3 e 2. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.

_____. O que é filosofia? Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

DETIENNE, Marcel. Os mestres da verdade na Grécia Arcaica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1981.

DURKHEIM, Émile. As regras do método sociológico. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1999.

ESTEVES, João Pissara. Espaço público e Democracia – Comunicação, processos de sentido e identidade social. Ed. Unisinos: São Leopoldo, 2003.

FIGUEIREDO, Rubens & CERVellini, Sílvia. Contribuições para o conceito de opinião pública. São Paulo, CESOP, Ed. UNICAMP, 1995.

FOUCAULT, M - Microfísica do Poder. Dirigido Por Roberto Machado, Rio De Janeiro: Editora Graal, 1982.

_____. As palavras e as coisas- uma arqueologia das ciências humanas. Tradução: Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

_____. História da Sexualidade I, II, III Tradução De Maria Thereza Da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque, Rio de Janeiro: Editora Graal, 1988, 1984, 1985.

_____. A ordem do discurso. Tradução Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

GOLDSCHMIT, Victor. A religião de Platão. São Paulo: Editora Difusão Européia do Livro, 1970.

GOMBAUD. A.e MORELLE e outros. A arte de Conversar. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2001.

GÓMEZ, Luís Aníbal. Opinion Publica y Médios de Difusion. Quito: Colecion Intitiyan, 1982.

GUATTARI, Félix. Revolução Molecular – pulsações políticas do desejo. Rio de Janeiro: Ed. Brasiliense, 1985.

_____. Caosmose. Um novo paradigma estético São Paulo: Ed.34, 1992

GUATTARI, Félix ; ROLNIK, Sueli. Micropolítica: Cartografias do Desejo. Petrópolis: Ed. Vozes, 1986.

HABERMAS, Jüergen. Mudança Estrutural na Esfera Pública. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990.

HARDT, M; NEGRI, A. Império. Rio de Janeiro: Reccord, 2001.

HELLER, Agnes. O cotidiano e a História. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2004.

LANE, RobertE; **SEARS**, David. A Opinião Pública. Rio de Janeiro, Ed. Zahar, 1966 .

LEGRAND, Gerard. Os pré-socráticos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1987.

MACALÓZ, Salete. O poder judiciário – os meios de comunicação e opinião pública. Rio de Janeiro: Ed. Lúmen Júris, 2002.

MENGUE, Philippe . II - *Les Agencements* in **MENGUE**, Philippe. Gilles Deleuze ou le système du multiple. Paris: Kimé, 1994.

MONFOLDO, Rodolfo. O pensamento Antigo. São Paulo. Ed. Mestre JOU, 1967.

MOREAU, Joseph. Platon devant les sophistes. Paris: VRIN, 1987.

NIETZSCHE, F Genealogia da moral – um escrito polêmico. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1988.

NEGRI, Antonio. *Por uma definição ontológica da Multidão* In. Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder. Ed.Record. Rio de Janeiro, 2000.

ORTEGA Y GASSET, J. A rebelião das massas. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

PLÉIADE. Encyclopédie de Philosophie. Vol. 1. p. 670-683. (tradução de Rosane Pereira da Conceição, UFF, 1999).

REBOUL, Olivier. Introdução à retórica. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

SILVERINHA, Maria João. *Opinião Pública* In Comunicação e Política – Conceitos e Abordagens. Salvador: Edufba, 2004.

SODRÉ, Munis. *O globalismo como neobarbárie* In. Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder. Ed.Record. Rio de Janeiro :2000.

_____. *A opinião é mesmo pública?* Cópia mimeo.

TARDE, G. As leis da imitação. Porto: Ed. Rés, 1976.

_____ Opinião e as massas. São Paulo; Ed. Martins Fontes, 1992.

THEMUDO, T. S. Sociologia e subjetividade. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

THOMPSON, John. A mídia e a modernidade – Uma teoria Social da Mídia. Petrópolis. Ed. Vozes, 2002.

VARGAS, Eduardo. Antes Tarde do que nunca – Gabriel Tarde e a emergência das ciências sociais. Rio de Janeiro. Ed Territórios Sociais, 2000.

VEYNE, P. *Como se escreve a história* In Foucault revoluciona a história. Brasília: Editora da UNB, 1982.

VERNANT, Jean-Pierre. Mito e pensamento entre os gregos. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

_____. As origens do pensamento grego. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 1992.

_____. Mito e religião na Grécia antiga. Campina, SP: Ed. Papirus, 1992.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de Massa. Rio de Janeiro: Ed. Martins Fontes, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AUBENQUE, P. Le problème de chez Aristote. – essai sur la problématique aristotélicienne. Paris: Quadrige/PUF, 1994.

BARBOSA, Marialva, *Textos escolhidos*. Cópia mimeo.

BURROWES, Patrícia. Le Monde Diplomatique, um jornal para pensar. Tese de doutorado, orientadora Janice Caiafa, ECO/ UFRJ, 2002.

CHOMSKY, Noam. 11 de setembro. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2002.

CORRÊA, Tupã Gomes, Opinião Pública – os Bastidores da Ação Política. São Paulo: Global, 1988.

COSSIO, Carlos. La Opinión Pública. Buenos Aires: Lousada, 1958

DIXSAUT, Monique Métamorphoses de la dialectique dans les dialogues de Platon. Paris. VRIN, 2001.

ELIADE, Mircea. Aspectos do mito. Rio de Janeiro: Edições 70, 1963.

EPSTEIN, Isaac. O signo. São Paulo. Ed. Ática, 2001.

GITLIN, Todd. Mídias sem limites – Como a torrente de imagens e sons domina nossas vidas. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2003.

JAEGER, Werner. Paidéia – A formação do homem grego. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2003.

LIMA, Venício A. de. *Cobertura jornalística, opinião pública e democracia* In: Cadernos do CEJ XXII, Brasília, Conselho da Justiça Federal, 1997, p. 45-51.

LIPPMAN, Walter. Public Opinion, New York: Macmillian Company, 1950.

MACHADO, Arlindo. A Televisão levada a sério. São Paulo: Ed. Senac, 2000.

MCLUHAN, Marshall. Os Meios de Comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 1979.

MATTELARD, Armand. História das Teorias da Comunicação. São Paulo, Loyola, 1999.

MOREIRA, Rejane de M. Era tecnológica e produção de subjetividade. Dissertação/ECO/UFRJ, Agosto/2000.

MORIN, Edgar. “Os Olimpianos”. In: Cultura de Massas no Século XX: Necrose (vol.1). Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

NIETZSCHE, F. Considerações Intempestivas. Tradução Lemos de Azevedo. Coleção Síntese. Lisboa: Ed. Presença, 1974.

PIERUCCI, Antonio Flávio. *Bye,bye Brasil – o declínio das religiões tradicionais no censo 2000*. Revista Estudos Avançados, USP, vol. 18 – número 52 setembro/dezembro de 2004: 17-18.

QUEIROZ, Eça. A correspondência de Fradique Mendes, Edições de Ouro, sd.

RIBEIRO, José F. A Comunicação Extra Código. Tese de doutorado apresenta à Pós-graduação da ECO, Rio de Janeiro:UFRJ, 1996.

SAUVY, Alfred. Opinião Pública. São Paulo Difusão Européia do Livro. 1959.

SODRÉ, Nelson Werneck. História da Imprensa no Brasil. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 1999.

SENNET, R. – O declínio do homem público: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

VERNANT, J-P. *O indivíduo na cidade*. In VEYNE, P; VERNANT,J-P; DUMONT,L et. al. Indivíduo e poder. Lisboa: 70, 1988.

VIÃ, S. C. Opinião pública – Técnica de formação e problemas de controle. São Paulo: Ed. Loyola, 1993.

REVISTAS

CAROS AMIGOS - Ano IX número 104/ novembro de 2005

CARTA CAPITAL –Ano XII número 371/ dezembro de 2005

ÉPOCA número 268/ 7 de julho de 2003

VEJA – Ano 36 número 24- 18 de julho de 2003

JORNAIS

O Dia - 09/11/2004

O ESTADO DE SÃO PAULO - 09/11/2004.

JORNAL DO BRASIL- 08/11/2004

O GLOBO - 10 e 11/11/2004

DOCUMENTOS ON LINE

BARBOSA, Marialva. *Público como processo histórico*. Disponível: http://www.uff.br/mestcii/marial4.hym/Ciberlegenda_numero_4,2001. Acesso em maio de 2005.

COSTA, Luciano Martins Disponível <http://observatorio.ultimsegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=336IMQ005>. Acesso em julho de 2005.

DATAFOLHA- Disponível - <http://www.datafolha.com.br>. Acesso em julho de 2005

FERREIRA, Giovandro Marcus. *Os meios de comunicação pelo viés do paradigma da Sociedade de Massa*. Disponível: <http://www.intercom.org.br/papers/xxiici/gt20/gt20a8.pdf>. Acesso em julho de 2005.

GOLDMAN, Márcio. *Poder e resistência: um ensaio sobre a dimensão conceitual do "Império"* www.bibvirt.futuro.usp.br/hemeroteca/man/vol9n2/17936.pdf Acesso em novembro de 2005.

IBOPE- Disponível - <http://www.ibope.com.br> .Acesso em julho de 2005.

PISSARA, João *Opinião Pública e Democracia na Sociedade de Informação*.Disponível - ubista.ubi.pt/~comum/esteves-pissarra-opiniao-publica.html Acesso julho de 2005.

PELBART, Peter Pal . *Biopolítica e Biopotência no coração do Império*. Disponível http://multitudes.samizdat.net/aticle.php3?id_article+41. Acesso em novembro de 2005.

SALES, Alessandro. *Semiótica e Comunicação em Deleuze: Uma perspectiva*. Disponível <http://www.intexto.ufrgs.br/n12?r-n12a7.htm>. Acesso novembro de 2005.

SANT'ANNA, Lourival. *Em crise na Venezuela*. Disponível: <http://observatório.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp2404200292.htm>. Acesso dezembro de 2005.

OUTRAS FONTES

ABECEDÁRIO DE Gilles Deleuze – transcrição de entrevistas com Claire Parnet, 1998

FILME *A revolução não será televisionada* – Direção Kim Bartley e Donnacha Ó Brian, Venezuela, 2002.