



Meios de comunicação e opinião pública

Fenelon Rocha*

D'ADAMO, Orlando; GARCÍA BEAUDOUX, Virgínia; FRIEDENBERG, Flávia. **Medios de comunicación y opinión pública**. Madrid: McGraw Hill, 2007.

O sempre impreciso e desafiador campo da relação entre meios de comunicação e a opinião pública ganha extraordinária clareza no livro *Medios de comunicación y opinión pública*, de Orlando D'Adamo, Virgínia García Beaudoux e Flávia Freidenberg. Embora não constitua um tema novo, decerto, nessa publicação, recebe tratamento inovador ao adotar abordagem, ao mesmo tempo, marcada por substantiva profundidade e oportuno didatismo. Além do mais, ganha especial relevância, porque a discussão sobre mídia e opinião pública está muito presente nos debates atuais, dentro e fora do mundo acadêmico.

Visão geral da estrutura do livro pode ser resumida em três enfoques: a conceituação de opinião pública; a revisão teórica sobre o tema; e discussão sobre os métodos de investigação no campo. Mantém vantagem adicional, qual seja, certa visão latina no enfoque, por conta da procedência dos autores. Argentinos, dois deles, D'Adamo e García, atuam como pesquisadores na Universidade Belgrano, em Buenos Aires, enquanto Flávia Freidenberg atua na Universidade de Salamanca, na Espanha.

Nesse momento, pode-se perguntar: interessa à realidade brasileira? A resposta é, sem nenhuma dúvida, sim. Primeiro, porque se ajusta a qualquer realidade, na qual os meios de comunicação desempenham importante papel na interlocução social. E este é o caso do Brasil, especialmente, quando sabemos que a te-

* Doutorando em Ciência Política (Comunicação Política) na Universidad de Salamanca, Espanha, professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Piauí. E-mail:fenelonrocha@globo.com





levisão, para a maior parte dos cidadãos, não é só a principal fonte de informação, senão a única. Em segundo lugar, *Medios de comunicación y opinión pública* contribui com o papel das novas mídias (em concreto, a internet) para a construção da opinião pública. O Brasil não está fora desse contexto, tampouco pode ficar fora de tal debate.

Estruturado em dez capítulos, cada um deles acrescenta à discussão teórica elementos que possibilitam a interação do leitor com os temas, produzindo reflexão sobre a realidade circundante. O primeiro consiste em aproximação histórica e conceitual à opinião pública, resgatando, de modo conciso (mas denso), a contribuição das principais correntes, com atenção mais detida às teorias contemporâneas. Daí destacam as diferentes visões sobre o papel dos meios de comunicação na construção da opinião pública, “ponte” para os capítulos seguintes, quando os autores enfocam as principais teorias da comunicação e os efeitos que produzem junto à audiência, desde a visão que os concebe como ultrapoderosos até as contribuições atuais com matizações muito mais complexas.

Do segundo ao oitavo capítulo, os autores tratam das principais correntes teóricas, num evolução cronológica e também conceitual e metodológica. O capítulo dois, por exemplo, trata das contribuições do modelo dos efeitos diretos (os meios são poderosos, produzindo reações previsíveis e esperadas numa audiência passiva), enquanto o terceiro enfoca a concepção dos efeitos mínimos (os preditores de comportamento são as relações sociais, cabendo aos meios mais o papel de reforço, enquanto os líderes de opinião ocupam papel central na intermediação com a cidadania). O capítulo seguinte introduz a discussão sobre a comunicação persuasiva.

Os capítulos cinco até o oito fazem um apanhado das contribuições teóricas que vão desaguar em um novo paradigma, que reconhece a capacidade de influência da mídia e abraça a idéia de efeitos de longo prazo. Nesse conjunto de enfoques, está o modelo dos usos e gratificações e a perspectiva funcionalista, afora as duas correntes mais influentes nos estudos de comunicação política dos últimos 30 anos: a teoria dos indicadores culturais e espiral do silêncio, que corresponde, além da hipótese da *agenda-setting* com efeitos *priming* e *framing*. No âmbito da *agenda-setting* e de seus desdobramentos





conceituais, destacam a função dos meios como hierarquizadores de temas, bem como do enquadramento temático, contribuindo para a construção de uma visão de mundo específica, com destaque para a renhida luta travada pelos atores sociais em busca da fixação da agenda política e de suas implicações na opinião.

Quanto à espiral do silêncio, os autores a enaltecem como uma das principais contribuições para o entendimento da opinião pública, sobretudo, a respeito da postura de grandes segmentos sociais que se submetem à tendência (às vezes, só aparentemente) dominante.

Como novidade, incluem o capítulo sobre a internet como canal de comunicação relevante e, portanto, com significativa influência na formação da opinião pública. Reforçam, ainda, o papel que desempenha como meio fragmentado, traduzindo uma realidade social heterogênea e, cada vez mais, desprovida de sentimentos de lealdades e identificações que antes tornavam visíveis as clivagens sociais. Esse enfoque se ajusta ao espírito de *Medios de comunicación y opinión pública*, em seu conjunto, vez que há a busca permanente dos autores em se manterem alinhados com a visão psicossocial da ação comunicativa e de seus efeitos.

Para completar, o décimo capítulo traz sugestiva discussão sobre os métodos existentes para a investigação dos meios de comunicação. Caracteriza-se por um enfoque mais prático, ainda que elaborado a partir de um repasse, que não deixa de alcançar as várias correntes de estudos da comunicação. Aliás, pode ser utilizado como um guia, sobretudo, para os iniciantes no campo da pesquisa.

Tudo isto justifica a nossa visão de *Medios de comunicación y opinión pública* como uma publicação importante: tema pertinente e abordagem, simultaneamente, densa e didática. Além disso, o trabalho de D'Adamo, García e Freidenberg é especialmente relevante pela atualização de um assunto que, apesar de antigo, segue novo, impondo desafios renovados aos investigadores. Enfim, consiste em roteiro consistente para quem deseja seguir esse caminho, desafiador e fundamental, para a compreensão da função dos meios de comunicação na sociedade atual.

