

*Variações Sobre o Tema: Opinião Pública*

RAUL LIMA

A opinião pública está situada numa ciência ainda nova, a psicologia social, oriunda de um movimento de idéias que GABRIEL TARDE provocou e dirigiu, atraindo a atenção sobre as relações entre as duas ordens de fatos: a opinião pública e a multidão. (FERNANDO DE AZEVEDO, *Princípios de Sociologia*).

Apesar de ainda na infância, como acentua GETTELL (RAYMOND G. GETTEL, *História das Idéias Políticas*), a psicologia social, estudando cientificamente os motivos da conduta humana, apurando a importância da opinião pública e apreciando os métodos que influem na sua elaboração, exerceu poderosa influência na evolução das teorias políticas.

ROSS, citado por ARTHUR RAMOS em obra que contém excelente capítulo sobre a matéria, *Introdução à Psicologia Social*, definiu-a como uma "discussão que atrai a atenção geral", distinguindo-a da *opinião preponderante*, assim como TARDE a distinguira da Tradição e da Razão para chegar a este enunciado: "Opinião é um grupo momentâneo e mais ou menos lógico de julgamento que, respondendo a problemas propostos, em dado momento, se acham reproduzidos em numerosos exemplares em pessoas do mesmo país, do mesmo tempo e da mesma sociedade"!

O Santo Padre PIO XII considerou-a "o apanágio de toda sociedade normal", "o eco natural, a ressonância comum, mais ou menos espontânea, dos acontecimentos da situação atual nos seus espíritos e nos seus juízos".

E' a função psicológica do público, dizem os tratadistas; é, para o público, nos tempos modernos, o que a alma é para o corpo.

Acentuam eles a distinção entre a opinião manifestada conjuntamente por um público ou multidão e a opinião pública propriamente dita.

Quanto a primeira, é fruto do ajuntamento, de uma excitação que se generaliza, de um sentimento não raro momentâneo e sem maiores consequências.

A opinião pública é elaborada mediante um processo no qual se inclui, antes de mais nada, o acervo moral de cada povo, sua formação, seus costumes e tradições, suas tendências e aspirações. Instrumento para a implantação ou o fortalecimento de uma ideologia ou reivindicação, a educação, tenha sido ou não usada com esse objetivo, fica sempre fazendo parte daquele patrimônio, próximo ou remoto, daquele *background* espiritual que assegura ou impede o êxito de movimentos constitutivos da opinião coletiva.

Ao contrário das manifestações de uma multidão, a opinião pública se produz através da conversação, da comunicação entre indivíduos, dos debates e das reflexões em comum no seio de pequenos grupos, dos bate-bocas; diríamos, sem receio de proferir uma chulice, que resulta de uma grande corrente de mexericos.

Eis porque — e também graças ao caráter de instantaneidade da comunicação — o rádio se torna um instrumento mais poderoso do que o jornal, pois, no parecer de um especialista, FREDERICK LAWS, educador e crítico britânico, o microfone, impróprio para a oratória popular, é um perfeito veículo de conversa íntima entre locutor e ouvinte.

NAPOLEÃO (*Opiniões Políticas*) perguntava: “Que vem a ser o Governo, se não tem por si a opinião pública?” E ele próprio respondia: “Nada”. Não o entendia assim, porém, para concluir que o governo deveria submeter-se a ela. Insurgia-se contra os que a conduziam, contra o tribunato, que, ao seu ver, não devia existir onde não houvesse um patriciado, em países que ainda não estivessem há muito constituídos.

Embora sejam fáceis de encontrar outras frases suas em que reconhece o valor e a importância da opinião pública, não acompanhou MACHIAVEL nas suas receitas sobre o moral de uma cidade sitiada. Dizia o florentino que um príncipe poderoso e destemido triunfará sempre das dificuldades ora dando aos súditos a esperança de que o mal não durará muito, ora assustando-os com as crueldades do inimigo, ora tomando hábeis medidas de segurança contra os mais turbulentos.

A isso opunha NAPOLEÃO: “O meio mais eficaz ou, melhor, único, é contê-los a todos, empregando o terror; tiranizai-os, e eles não se insurgirão nem ousarão respirar”.

Foi também NAPOLEÃO quem feriu o problema ou a necessidade de distinguir entre multidão, o pronunciamento de determinada porção de massa colocada junto ou em face do Governo, pressionando-o, e a opinião pública nacional.

— “Enquanto me correr o sangue nas veias, não consentirei que os parisienses me ditem leis” — escreveu ele, acrescentando: “Não aceitei o Império por uma decisão da cidade de Paris, que muda de interesses e de opinião duas vezes, por dia, mas pelo voto dos departamentos, do exército e de toda a França”. Problema, êsse, que viria a acutilar o último Imperador do Brasil, vendo alguns milhares de habitantes do Rio de Janeiro, excitados pelo aumento do preço das passagens de bonde a investir contra as grades do Paço de S. Cristóvão, o que arrancou do velho soberano esta reflexão:

“Difícil é a posição de um monarca nesta época de transição. Muito poucas nações estão preparadas para o sistema de governo para que se caminha, e eu decerto poderia ser melhor e mais feliz presidente da República do que imperador constitucional.”

Dir-se-ia que o período de transição, passados 75 anos, ainda não terminou. E, entre parêntesis, a idéia de mudança da capital para o interior ganha força no desejo dos presidentes da república de escaparem às revoluções do vintém ou aumento do preço de cinema, enfim de pressões da opinião pública de grande cidade.

Um filme, de história mais ou menos banal, mostrou-nos, recentemente, interessantes ângulos do problema de opinião pública.

Procurava um técnico em boa apresentação dos indivíduos de grande projeção convencer a um destes, milionário latino-americano, a contratá-lo para evitar má repercussão de atos ou simplesmente da vida do magnata na pátria deste. O milionário latino-americano era tão milionário e tão latino-americano que não se preocupava absolutamente com o problema, pois controlava os instrumentos de opinião pública na republiqueta imaginária, um tanto caricaturada, porém não demasiado longe da realidade.

Outro ângulo do assunto foi mostrado no erro de tática perpetrado pelo referido técnico. Havendo o pai da estrêla assassinado a espôsa, temeu êle o péssimo efeito do caso sôbre o cartaz da artista, pretendendo abafar o episódio; e mais alarmado ainda ficou quando soube que a vedete corra a defender o pai, colocando-se assim frontalmente contra um dos mais sólidos cânones sociais, o do amor materno e a devida reciprocidade. Acontece, porém, que a assassinada era uma perfeita megera, que infernava a vida de todos, e a atitude da estrêla foi aplaudidíssima, muito lhe aumentando a fama, à inteira revelia dos cálculos do especialista de Hollywood.

Eis aí flagrantes ilustrativos do que é opinião pública em hipóteses antagônicas: uma a de vedação da informação, a censura, o contrôlo da imprensa exercido pelo totalitarismo econômico; a outra a do uso pleno da evidência dos fatos, a política de céu aberto, de amplo esclarecimento.

\* \* \*

Relacionada com o sentido dinâmico do poder político de um Estado na esfera internacional, a formação da Opinião Pública certamente deve ser encarada como o resultado da grande arma dos tempos modernos, a propaganda.

Eis um terreno melindroso.

Tem razão RAYMOND W. MURRAY (*Introdução à Sociologia*):

“A propaganda pode ser tão útil quão enganosa. Entretanto, como meio de moldar a opinião pública, ela se tornou cada vez mais desonesta e viciosa nos últimos anos. Graças à deformação e à repetição, a propaganda quebra a resistência do homem médio até que, finalmente, êle se apressa a adotar a opinião que, segundo foi levado a crer, é sustentada pela maioria. Como quase todos nós desejamos estar com o grupo, sentimo-nos mal quando defendemos uma opinião que é contrária à daquele, assim como ficamos doentes quando

sofremos a reclusão celular. A propaganda deliberadamente joga com este instinto gregário, e, sobretudo, pela sugestão procura criar em nós determinados moldes de pensamento ou ação."

Alguns autores, referidos por MURRAY, entendem que estamos sendo rapidamente absorvidos por "unidades de multidão", com o pensamento confuso ante a multiplicidade dos meios de difusão de idéias, subordinado às emoções que surgem através do grupo.

Assim, não estaria inteiramente destituído de razão aquêle pensador político, GRAHAM WALLAS, no século passado, ao acentuar o fato de a política só em medida muito restrita ser produto da razão consciente.

Entende que, na sua maior parte, é o resultado dum processo subconsciente, integrado pelo hábito e pelo instinto, pela sugestão e pela imitação. Neste aspecto, destaca a importância dos nomes e dos símbolos, dos lemas dos partidos e dos aspectos emotivos dos programas políticos; a arte da política estribar-se-á, unicamente, na formação da opinião, valendo-se de um chamamento deliberado às sugestões afetivas e às conseqüências não-rationais. Em resumo: as grandes decisões políticas não representam uma vontade geral, produto da razão e do pensamento definido e ordenado, mas antes dum conjunto de impulsos, interferências, hábitos e preconceitos.

Não há, porém, como recusar-nos a admitir a utilização de um instrumento que está sendo manejado, desta ou daquela maneira, com maiores ou menores limitações em face da ética, dentro de princípios democráticos ou do esquema totalitário, no mundo que acabou se sair de uma experiência esmagadora e definitiva.

Esse problema e tudo quanto êle implica em relação às técnicas da propaganda política são o conteúdo de um livrinho, o de JEAN-MARIE DOMENACH, que se acha demasiado vulgarizado para que seja necessário ocupar-me extensamente das idéias e dos roteiros nêle traçados. Não poderei deixar de fazê-lo de algum modo, mas, antes, desejo, acentuar alguns aspectos particulares e ilustrativos da participação dos órgãos de divulgação num país livre.

O grande ROOSEVELT, referindo-se à liberdade de imprensa, enfatizou, num dos seus discursos:

"Afianço que nenhum homem ou mulher de bom-senso acredita que esta liberdade tenha sido restringido ou ameaçada, ou que venha a ser. A influência da palavra imprensa dependerá sempre de sua veracidade, e a nação pode sem perigo confiar na sábia discriminação de um público leitor que, com o aumento da educação geral, está habilitado para separar a verdade da ficção. A democracia representativa jamais tolerará que, por uma ordem do governo, sejam suprimidas notícias verdadeiras."

ROOSEVELT, havendo tido contra sua dupla candidatura a maioria da grande imprensa norte-americana, podia bem afirmar as duas coisas: a liberdade de que ela desfrutava e a reação do povo deixando de segui-la.

Fizera ela bom uso dessa liberdade? Os comunistas chegam a construir um sofisma segundo o qual o jornalista democrático é menos livre do que os soviéticos pois é prisioneiro de uma série de interesses quer da grande empresa, quer da simples condição industrial e lucrativa do jornal, quer dos baixos interesses dos aventureiros donos de pasquins.

JOHN DEWEY (*Liberdade e Cultura*) foi um que soube apontar não serem os inimigos da liberdade de imprensa apenas a censura e o controle do Governo, mencionando a existência de causas não políticas, e o pesado ônus cobrado pelos fatores econômicos.

O problema foi apreciado, recentemente, em admirável e corajosa oração de sapiência do Reverendo ALVARO VIEIRA DE MADUREIRA, licenciado em Teologia pela Universidade de Roma e professor do Seminário Maior do Porto, que disse:

“Ninguém ignora, por outro lado, que no mundo da Imprensa, — como aliás, mais ou menos, em todas as profissões — existe uma escumalha perigosa, mercantilista, sem escrúpulos de qualquer espécie, que apenas causa males à humanidade. Ninguém o nega. Os próprios jornalistas católicos, como notou PIO XII, ao falar em 12 de maio de 1953 aos membros da Associação dos Jornalistas estrangeiros, de Roma, estão sujeitos a graves e múltiplas tentações, tanto da parte dos partidos políticos, como das empresas em que trabalham, como ainda “da opinião pública, ou, mais exatamente, das opiniões do público, que o jornalista não pode seguir sem reservas, ele que precisamente as deve ajustar à verdade e ao direito, e, conseqüentemente, purificar e guiar.”

Contestação que não tem cabimento é a que incide sobre a existência de opinião pública neste ou naquele país. Existe sempre, no mínimo certo número de idéias, de sentimentos, de tendências que constituem opinião pública em estado latente, suscetível de atuar, capaz de manifestar-se desde que surjam causas provocadoras ou seja escorvada pela propaganda.

Se é contestável a tese de que cada povo tem o governo que merece, pois a verdade é que muitos governos constituem pesadas injustiças sobre os povos que não têm meios de evitá-los, é defensável a afirmativa de que a qualidade de um jornal depende mais de quem o lê do que de quem o redige. Quem o justifica é FRANCIS WILLIAMS, publicista inglês, em órgão de divulgação da UNESCO — Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura — esclarecendo o seguinte: “Mesmo no país em que os jornais são teoricamente livres, e onde os princípios democráticos são inscritos na Constituição, a opinião pública nem sempre está disposta a aceitar — e com mais forte razão a exigir — noticiários fiéis e imparciais ou comentários objetivos. Nos países politicamente pouco desenvolvidos, onde a instrução é pouco difundida, a opinião pública, mesmo se favorável em princípio à liberdade da imprensa, não se empenha em ter uma imprensa consciente de suas responsabilidades”. E acrescenta: “Nessas condições, um jornal arrisca-se a não poder

sobreviver e manter seus leitores salvo renunciando a assumir as responsabilidades que lhe incumbem”.

Por mais idealista que seja a direção de um jornal, e ainda mesmo que renuncie à disputa dos recursos indispensáveis à sustentação da atividade industrial, em vista de possuí-los em outra origem, não pode deixar de acomodar-se a certas exigências do público, — sob pena de, apesar daquela situação de absoluta independência, não alcançar êsse mesmo público para doutriná-lo, bem servi-lo, servir a Nação.

Assim, por exemplo, em relação à conjuntura econômica. A imprensa orientada patrioticamente deve combater a inflação, pregar a poupança de divisas, e em geral os grandes jornais o fazem. Mas o fazem sem coerência, agindo corretamente em relação a alguns aspectos e a outros não.

Combate-se a alta dos preços, os órgãos mais independentes atacam, mesmo duramente, o comércio, os órgãos de controle; mas quando se trata de aumentar salários, uma das causas daquela alta, os leitores — na grande maioria pertencente à classe de assalariados — querem defesa das suas reivindicações.

Além de tudo, vivendo da propaganda comercial, da expansão das vendas, a imprensa é por natureza instrumento inflacionário. Por mais que seus columnistas puguem remédio para a crise, os anúncios serão sempre convites para agravá-la.

O que ficou dito em relação à imprensa, de modo geral, aplica-se igualmente ao rádio — até onde vai a liberdade, mais restrita, de que êste goza — ao cinema, ao próprio teatro popular que é um elemento nada desprezível de formação da opinião.

Nada disto, porém, nos levará à preferência pelo dirigismo, baseado na censura e outros métodos que tornaram famoso o Dr. GOEBBELS, para quem as massas são um material informe, somente nas mãos dos artistas políticos adquirindo forma de povo e êste se transformando em nação.

PIO XII, a cuja percuciência e sabedoria não escapa nenhum dos problemas do mundo contemporâneo, sentenciou: “Abafar (a opinião) dos cidadãos, reduzi-la ao silêncio forçado, é, aos olhos de todos os cristãos um atentado ao direito natural do homem, uma violação da ordem do mundo, como Deus estabeleceu”.

Acreditamos na formação da opinião pública para integração do poder político como resultado da osmose de elites e massas, mediante o emprêgo amplo da informação, do esclarecimento e sustentação de uma política firme e de interesse geral.

\* \* \*

E’ verdade que muito tem sido salientado o fato de que “as elites nem sempre são a parte da sociedade que mais nitidamente apreende os interesses vitais da sociedade”, ocorrendo assim atrasarem-se em relação às massas. Per-

dem, dêsse modo, a sua capacidade de influência na formação da opinião pública, sua tarefa inegável.

Entretanto, êste é um ponto sôbre o qual convém nos determos com algum vagar. Podemos distinguir, entre as elites, a que o é pela sua condição dirigente, a que o é pela formação intelectual e pelas características morais, a que o é pela ação de liderança, a que o é pelo idealismo.

Ora, veremos então elites capazes de interpretar os sentimentos das massas, seguramente muito mais identificadas com elas do que outras, às quais falta o sentido ético de elite mas que se tornaram depositárias da confiança daquelas massas.

Verifica-se, assim, em determinadas circunstâncias, um divórcio incompreensível e injustificável onde não há antagonismo de interesses nem de tendências. Será o caso em que uma elite, animada pelos melhores sentimentos, proscrita da direção do Estado, não se faça entender pelas massas inclinadas para a demagogia e afeitas à superficialidade e falsidade de soluções imediatistas. Aí não há atraso da elite, verdadeira elite na hipótese figurada, ou tendência para considerar interesses próprios que se contradigam com interesses da sociedade a que pertencem; antes há uma profunda, natural porém secreta e impercebida comunhão de tais interesses.

Como entender, por exemplo, que não se engajem as massas numa luta contra a corrupção, associando-se à elite que a combate em vez de seguir à suposta elite que a pratica? Entretanto tais fenômenos ocorrem e iremos ver que se trata de faltar à primeira a pugnacidade necessária, o uso da propaganda, pois mesmo a verdade, para sobreviver, não é suficiente conservá-la no coração de alguns iniciados, como adverte DOMENACH.

“A verdade precisa de um clima para existir e conquistar. Seria vão crer que se pudesse criar-lhe um tal clima, um tal campo de fôrça, num século em que todos os problemas se collocam em termos de massa, sem recorrer ao poderio da propaganda.”

Uma propaganda de ideais, de objetivos, de uma política de segurança nacional, é tarefa que incumbe por igual ao Estado democrático.

Decerto se distinguirá ela pela natureza dos métodos, sendo mister mesmo que se processe antes através de líderes, de participantes e influentes na formação da opinião pública e não meramente por intermédio dos órgãos governamentais.

Tanto quanto a formação da opinião pública, a manutenção de sua estabilidade é problema desafiante, dada a rapidez das comunicações.

Já observou o Padre WILFRED PARSONS, S. J., que no mundo moderno as idéias não têm tempo de germinar. E comenta:

“Logo que um sistema de pensamentos começa a mover-se e a viver dentro de nós é imediatamente substituído por outro, insidiosamente semelhante e tremendamente diverso. Outrora, os homens pertenciam a escolas

de pensamento. Submetiam-se a uma corrente fixa de sugestões que por fim ocupava todos os espaços de suas consciências. As outras idéias não tinham tempo de alcançá-los e quando isto acontecia, o processo de desalojar as antigas efetuava-se lentamente. Hoje, o mundo pertence a tôdas as escolas de pensamento. Logo que se adota uma idéia — que em geral não é uma idéia e sim a aplicação de uma idéia — outra pula do jornal, do rádio ou do cinema e senta-se ao lado da anterior. O resultado é que nossos espíritos não são um apontada por outrem como “a morte da Verdade pelo Número”. Diz êle que: “Na sua vigência, o govêrno identifica-se com partido, o Estado alheia-se ticos”, chega a conclusões desalentadoras sôbre a democracia opinativa, já apontada por outrem como “a morte da Verdade pelo Número”. Diz êle que:

“Na sua vigência, o govêrno identifica-se com partido, o Estado alheia-se dos grandes problemas nacionais, os caprichos de uma opinião que flutua como cana ao vento, é que marcam as soluções, é que orientam e desorientam como bem lhes apetece. Na Democracia opinativa, os governantes não mandam por direito própria; a máquina estadual limita-se a vigiar as atividades particulares, sem as dirigir ou subordinar ao bem-comum; a assembléia legislativa discute, mas pouco governa.”

ELIEL C. BALLESTER, em seu ensaio sôbre a liberdade de imprensa (*Derecho de Prensa*, Buenos Aires, 1947) aponta exemplos de referência à opinião pública até mesmo na Constituição de um ou outro país. E' o caso da Irlanda, onde se declara “a educação da opinião pública, matéria de grave importância para o bem comum”.

Mas é o caso principalmente de Portugal, cuja atual Constituição, no artigo 8.º, § 2.º, estabelece que “se regulará mediante leis especiais o exercício da liberdade de expressão do pensamento... devendo-se... impedir e reprimir a perversão da opinião pública em sua função de fôrça social...” Mais ainda, segundo o autor citado, dispõe o artigo 22: “A opinião pública será um elemento fundamental da política e da administração do país, correspondendo ao Estado defendê-la de todos os fatores que a desorientam perante a verdade, a justiça, a boa administração e o bem comum”.

Ao ver de SILVA DIAS, “o mundo anda à procura de uma fórmula de conciliação da Democracia política com a eficiência dos Governos e com a transformação orgânica da sociedade”. Aí estão, talvez, para demonstrá-lo as limitações que a liberdade de imprensa vem sofrendo também em quase todos os países não totalitários do mundo, como observa o relatório do Instituto Internacional da Imprensa, do período 1954-1955.

Segundo êsse relatório, o mais generalizado pretexto para as nações reduzirem a liberdade de imprensa é em nome da segurança, não havendo dúvida de que é essa uma das conseqüências da “guerra fria”. Novas medidas foram adotadas contra jornais acusados de atacar “os interesses nacionais” ou “o prestígio nacional”, assim como — e aí vai o caminho para todos os abusos — existe uma tendência para proteger as personalidades do Govêrno “contra as críticas da imprensa”.



O relatório não disfarça a gravidade do fato de aparecerem novas formas de pressões do Governo em países democráticos por tradição e que têm uma longa história de liberdade e vida parlamentar, como a França e a Austrália.

Num sistema de liberdade de manifestação do pensamento, a única arma que se afigura eficaz é mesmo a da ampla informação, oportuna e exata, a propaganda dos fatos. E não é fácil tarefa o realizá-la, quando os instrumentos de difusão têm a faculdade de reduzir a importância dos acontecimentos saudáveis e positivos e enfatizar os negativos, quando não mesmo de deturpar.

Externamente, a dificuldade se extrema, pois as informações que nutrem a imprensa mundial são manipuladas por agências de sindicatos que fazem largo uso de restrições mentais e de expedientes próprios do ofício, segundo os quais a opinião internacional é trabalhada em favor ou contra determinado país, segundo convenha aos interesses dos grupos econômicos ou dos países a que estejam ligados aquêle sindicato.

Para se ter uma idéia dos instrumentos dessa imensa rede de comunicações, aqui estão algumas estatísticas elaboradas pela UNESCO, quanto aos países estrangeiros, e pelos órgãos do I.B.G.E. em relação ao Brasil.

IMPrensa DIÁRIA

P A Í S	DIÁRIOS	TIRAGEM TOTAL	Nº. DE EXEMPLARES POR DIA E POR 1.000 HABITANTES	Nº. DE CIDADES EM QUE HÁ DIÁRIOS
Brasil.....	254	3 373 500	60	73
Argentina.....	180	3 460 000	209	88
Bolívia.....	9	56 000	14	3
Chile.....	39	456 000	80	23
Colômbia.....	37	600 000	55	12
México.....	98	1 185 000	48	41
Peru.....	41	320 000	39	23
Venezuela.....	29	300 000	65	—
E. Unidos.....	1 780	52 845 550	354	—
Alemanha.....	162	16 500 000	238	—
França.....	164	10 650 000	259	70
Reino Unido.....	121	30 000 000	596	66

O número de diários no Brasil, 254, é relativamente elevado, ultrapassando o de todos os países mencionados no quadro acima, exceto os Estados Unidos. Em vista, porém, da baixa tiragem da grande maioria dos nossos jornais, o número de exemplares editados por dia é baixo. Resulta dessa baixa tiragem que o número médio de exemplares por dia e por 1000 habitantes é apenas de 60, enquanto na Argentina sobe a 209, nos Estados Unidos a 354, na Alemanha a 238, na França a 259 e no Reino Unido a 596.

Essa baixa proporção de exemplares por 1000 habitantes (60) é, principalmente, uma consequência da extensão do analfabetismo no país. De acordo com o censo demográfico de 1950, entre os 43.573.517 habitantes em idade de 5 anos e mais sabiam ler e escrever somente 18.588.722, isto é 42,66%. Estima-se, assim, que o número médio de exemplares por dia e

por 1000 alfabetizados é de cerca de 165 a 170. Essa proporção é muito baixa, revelando que além do analfabetismo há outras causas que restringem a circulação dos periódicos.

### RADIODIFUSÃO

P A Í S	NÚMERO DE RECEPTORES	NÚMERO DE RECEPTORES POR 1.000 HABITANTES
Brasil.....	2 500 000	51
Argentina.....	1 500 000	90
Bolívia.....	150 000	38
Chile.....	550 000	96
Colômbia.....	500 000	45
México.....	750 000	31
Peru.....	600 000	73
Venezuela.....	200 000	43
Estados Unidos.....	92 500 000	620
Alemanha.....	11 592 000	167
França.....	7 400 000	179
Reino Unido.....	12 270 000	244

O Brasil possui um número de receptores maior do que o de cada um dos países latino-americanos; a Argentina, com 1.500.000 receptores aparece em 2.º lugar. Levando-se em consideração, entretanto, a grandeza de nossa população, verifica-se que o número de receptores no país é relativamente baixo, correspondendo 51 aparelhos a cada 1000 habitantes, enquanto na Argentina a proporção é de 90, no Chile de 96 e no Peru de 73. Êsses dados, porém, talvez não representem exatamente a situação, dada a conhecida evasão dos registros, nesse particular.

\* \* \*

Afora o que ficou exposto, é óbvio que o processo de influência sobre opinião pública varia de país para país, não havendo como estabelecer regras ou receitas de aplicação geral.

Há que levar em conta, em primeiro lugar, o regime político vigente, quer no próprio Estado, para fins internos, quer, no âmbito externo, no país sobre cuja opinião se quer atuar.

Do mesmo modo, aquela utilização tem de ser precedida de um conhecimento seguro das características culturais da população sobre a qual se vai influir. Tais sejam as condições — econômicas, educacionais, sociais — tais serão os meios a empregar.

Não se pode confiar demasiado em impressões para uma coletividade escassamente alfabetizada, nem na radiodifusão onde são raros os receptores.

Dar-se-ia aquilo que EÇA DE QUEIROZ caricaturou a propósito de movimento de "madrinhas de guerra". Disse êle que tal movimento partia de dois pressupostos falsos: o de que as senhoras sabiam escrever e o de que os soldados sabiam ler.

Uma demonstração ilustrativa sôbre a peculiaridade dos recursos a empregar para a formação ou mobilização da opinião pública é oferecida, no Brasil, quando se tem de realizar o censo geral da população, para vencer a desconfiança dos campônios, agravada com a semelhança que vêem entre recenseamento e recrutamento. Essa desconfiança tem chegado a produzir verdadeiro pânico em algumas zonas, tendo sido registrado o caso de suicídio de uma pobre mãe ao verificar que haviam falhado seus esforços para que o filho não fôsse recenseado. Essas e outras circunstâncias têm levado as autoridades censitárias a empregar, como um dos instrumentos de penetração mais seguros, a chamada literatura de cordel, os livrinhos de versos, a poesia improvisada dos cantadores nas feiras, com ingredientes de misticismo e a colocação das finalidades do grande inquérito decenal em têrmos acessíveis aos mais rudes.

Os meios de atuar para formar e manter a opinião pública são, como se sabe, a censura, ou contrôle negativo, e a propaganda, contrôle positivo.

A história registra os antecedentes do exercício da censura pela Igreja e depois pelo Estado, destacando, no passado, a que culminou no movimento da Revolução Francesa, a que se exerceu no período napoleônico, a que acompanhou o desenvolvimento do império alemão sob Bismarck. E os tratadistas acentuam que as crises político-sociais, as crises de transição não são juguladas sem rigorosa censura.

Negação absurda do direito — com tendência a aceitação universal — de acesso à informação, constrangimento incompatível com os princípios democráticos, é uma consequência imperiosa em situações críticas, em hipótese de guerra. Então é exercida não somente em relação às notícias e aos comentários de fatos e assuntos internos como sôbre as informações procedentes do exterior ou destinadas ao estrangeiro.

Ao lado dela, nas fases de exacerbação do contrôle da opinião pública, empenha-se o Estado na propaganda — processo psicológico positivo, criador — dirigida igualmente a todos os níveis da organização social e por todos os meios também empregados pela censura.

A técnica da propaganda constitui hoje uma especialização e, na última guerra, adquiriu tal importância e tanto se enriqueceu, que parecem obsoletos e ingênuos aquêles princípios ou leis e as regras que estabeleceu KNIGHT DUNLAP, num livro de 1935 *Civilized Life*, citado por ARTUR RAMOS.

DOMENACH entende mesmo que a propaganda política não é uma ciência condensável em fórmulas. Prefere êle apontar algumas regras de uso, deduzidas, a título de indicação, da história recente.

São elas:

- Lei da simplificação e do inimigo único
- Lei de ampliação e desfiguração
- Lei de orquestração
- Lei de transfusão
- Lei da unanimidade e do contágio.

A descrição da fisiologia, se assim podemos dizer, ou do mecanismo dessas leis revela-nos traços da ciência e arte do cinismo, mas, ai do Estado que no mundo instável dos nossos dias não estiver preparado para empregá-las, ou, sobretudo, se não as conhecer suficientemente bem para defender-se dos que a praticam.

Daí, as fórmulas da contrapropaganda, tão necessária ante a atividade com que, valendo-se das franquias democráticas, quantos, em diferentes partes do mundo, agem a serviço do totalitarismo soviético. São elas, ainda segundo DOMENACH:

- 1.º) Assinalar os termos do adversário.
- 2.º) Atacar os pontos fracos.
- 3.º) Jamais atacar frontalmente a propaganda adversária quando for poderosa.
- 4.º) Atacar e desconsiderar o adversário.
- 5.º) Colocar a propaganda do adversário em contradição com os fatos.
- 6.º) Ridicularizar o adversário.
- 7.º) Fazer predominar seu "clima de força".

Para cada uma das leis da propaganda há uma demonstração ilustrativa, que nos colocaria diante de fatos muito do nosso conhecimento. Quando, a propósito da "unanimidade e do contágio", vemos a narração de GALLUP dos três alfaiates de Londres que se dirigiram ao rei dizendo "Nós, o povo inglês", imediatamente nos recordamos dos freqüentes expedientes de quatro "gatos pingados" que, por exemplo, protestam, "em nome do povo", contra uma decisão da O.N.U. inconveniente aos interesses russos. Constituirá sempre um problema adicional para a segurança de todo país o desfazer os efeitos do persistente trabalho de erosão política e social resultado da sistemática propaganda comunista.

A lição do que se passou na França é sempre lembrada como das mais incisivas. Ainda há pouco, o fez um historiador militar. A. GOUTARD, nas páginas de *Le Figaro Littéraire*, citando um alemão, WALTER GOERLITZ: "A propaganda contra a guerra feita pelo partido comunista francês se combinava com a campanha empreendida pelas novas unidades alemãs de propaganda para solapar a moral do exército francês. Os aviões alemães jogavam boletins reproduzindo o discurso de Molotov que lançara a responsabilidade da guerra sobre os capitalistas e os "provocadores de guerra" franceses e ingleses. Uma torrente de jornais, boletins, cartas, volantes, etc., era despejada

sôbre os soldados franceses da Linha Maginot, pondo em debate a questão de saber se valia a pena "morrer por Dantzig" ou pelos ingleses. Essa forma de guerra provinha de uma idéia cara a Hitler, era sua filha espiritual e pessoal". Acrescenta GOUTARD que a essa propaganda impressa se juntava a propaganda por alto-falantes, por cartazes e mesmo por equipes de fraternização que atravessavam o Reno em barcos para entregar a domicílio os discursos de paz do Führer naquele triste período que ficou conhecido como *la drôle de guerre*.

O contrôle da opinião pública ou o exercício de uma acentuada atuação sôbre ela exige organização, meios poderosos, seguro conhecimento dos fatos que podem alimentá-la e da situação dos setores de opinião diretamente visados.

São êstes abertos as influências diversas, sobretudo a que resulta de decisões governamentais, de tal sorte que, se estas entram em choque com a propaganda, esta pode ser condenada ao fracasso.

Eis porque cumpre reiterar que a melhor propaganda, a realmente compatível com o sistema democrático, o meio mais positivo de formar opinião pública, é a difusão de fatos, é a definição de uma política precisa, a explicação e a justificativa dessa política que, por isso mesmo, não pode contradizer-se.

ALFRED SAUVY, grande demógrafo, sustenta a necessidade de manter-se sempre o povo a par dos negócios de Estado, em vez de praticarem os governos a política segundo o conceito irônico de VALÉRY, como arte "de impedir que nos envolvamos naquilo que nos diz respeito".