<http://www.comunicacaoepolitica.com.br/blog/2011/07/a-opiniao-publica-segundo-lippmann/>[**A opinião pública, segundo Lippmann**](http://www.comunicacaoepolitica.com.br/blog/2011/07/a-opiniao-publica-segundo-lippmann/)

Publicado por [Samuel Barros](http://www.comunicacaoepolitica.com.br/blog/author/samuel-barros77/) em 04/07/2011 em [Destaques](http://www.comunicacaoepolitica.com.br/blog/category/destaque/), [Publicações](http://www.comunicacaoepolitica.com.br/blog/category/publicacoes/)







“O mundo exterior e as imagens em nossas cabeças”, este é o conhecido título do primeiro capítulo de Opinião Pública, de Walter Lippmann. O livro desenvolve um argumento cético sobre a legitimidade da opinião pública nas sociedades de massa, fundado na impossibilidade de conhecimento direto da realidade. Daí a separação entre o “mundo exterior” e as “imagens das nossas cabeças”.

Antes, este entendimento da opinião pública está fundado na constatação de que os homens, mesmo em sua experiência individual, não têm acesso direto à realidade. Como na Caverna de Platão, os homens vêem apenas sombras. Tal mecanismo seria uma condição da humanidade para acessar o mundo exterior.

Contudo, sobre a realidade observada, os homens são capazes de construir opiniões mais fidedignas ao “mundo exterior” do que em situações que a percepção passa pelos *mass media*. E na sociedade de massa americana dos tempos de Lippmann, as principais questões que exigiam alguma opinião a respeito já aconteciam longe da maioria dos concernidos. Por exemplo, os discursos contrários e a favor à participação dos EUA na primeira grande guerra chegaram aos ouvidos da grande maioria dos americanos através dos jornais, rádios e cinemas.

Diagnosticando problemas, ao longo livro, Lippmann faz o levantamento de uma série de elementos que influenciam a “imagem nas nossas cabeças”, a saber: a atenção e o interesse limitado frente ao universo de informações sobre os acontecimentos; a limitação do potencial de comunicação das palavras e dos meios técnicos para transportá-las; os estereótipos; os interesses particulares e as formas de construção dos interesses comuns; a censura e a restrição a algumas informações; a falta de contato com os acontecimentos ou a oportunidade de conhecê-los; e, mesmo, o tempo em que a experiência humana ocorre.

Dadas estas condições, então, o autor apresenta o seguinte conceito:

“Aqueles aspectos do mundo que têm a ver com o comportamento de outros seres humanos, na medida em que o comportamento cruza com o nosso, que é dependente do nosso, ou que nos é interessante, podemos chamar rudemente de opinião. As imagens na cabeça destes seres humanos, a imagem de si próprios, dos outros, de suas necessidades, propósitos e relacionamentos, são suas opiniões públicas” (LIPPMANN, 2008, p.40).

A principal característica deste conceito é o fator coincidência, diferente de outros que pressupõe uma construção coletiva via interação social. Lippmann, em suma, acredita que a sociedade não se funda na “comunhão”, nem na “convenção”, mas na “coincidência”.

A Opinião Pública, assim com letras maiúsculas, seria fruto da ação de grupos de interessados ou de pessoas agindo em nome de grupos. A opinião reconhecida como pública, então, seriam as opiniões feitas públicas. E não as opiniões surgidas do público.

Enfim, escrito em 1922, considerado um dos clássicos dos estudos de comunicação social, este livro é ainda atual e necessário para os estudiosos e profissionais da Comunicação & Política.

A Vozes publicou 2008 uma tradução para o português, que pode ser [comprada aqui](http://www.livrariacultura.com.br/scripts/resenha/resenha.asp?nitem=2652750&sid=015010093137580819151474).