

ARTIGO

SOBRE MANIPULABILIDADE SOCIAL I: CONSTRUÇÃO CONCEITUAL DE UM OBJETO SOCIOLÓGICO

ON SOCIAL MANIPULABILITY I: CONCEPTUAL CONSTRUCTION OF A SOCIOLOGICAL OBJECT

SOBRE MANIPULABILIDAD SOCIAL I: CONSTRUCCIÓN CONCEPTUAL DE UN OBJETO SOCIOLÓGICO

Humberto Fernandes¹

RESUMO:

Este trabalho é a primeira etapa de uma tese doutoral em conceituar o objeto “Manipulabilidade Social”. A partir de uma revisão crítica da literatura, espera-se delinear tanto o objeto quanto os possíveis indicadores e variáveis capazes de instrumentalizar a análise deste objeto em torno da opinião pública. Este artigo transdisciplinar constrói o conceito a partir dos estudos em comunicação e mídia, sociologia política, psicologia social e epistemologia coletiva. Como hipótese é possível analisar a manipulabilidade social em função de uma relação de poder que envolva a administração da opinião pública, do sistema ideológico compartilhado em uma sociedade, da hegemonia e da economia simbólica. Em conclusão, há uma dualidade entre traços culturais e políticas públicas, de onde variáveis e indicadores emergem.

PALAVRAS-CHAVE: Manipulabilidade social. Opinião pública. Sociologia do conhecimento. Sociologia da informação. Epistemologia popular.

¹ Mestre em Sociologia pela Universidade da República do Uruguai. Aluno de Doutorado em Sociologia pelo IESP-UERJ. Graduado em Relações Internacionais pelo IUPERJ-UCAM. Pesquisador do Núcleo de Iniciação Científica e Pesquisa em Comunicação Popular, NIPEC-UNIFLU. É bolsista CAPES pelo Programa de Excelência Acadêmica. Currículo Lattes: lattes.cnpq.br/7673155217015701

RESUMEN:

Este trabajo es la primera etapa de una tesis doctoral en conceptualizar el objeto "Manipulabilidad Social". A partir de un examen crítico de la literatura, se espera que se esbozen tanto el objeto como los posibles indicadores y variables capaces de instrumentalizar el análisis de este objeto alrededor de la opinión pública. Este artículo transdisciplinar construye el concepto a partir de estudios de comunicación y medios de comunicación, sociología política, psicología social y epistemología colectiva. Como hipótesis, es posible analizar la manipulabilidad social en función de una relación de poder que involucra la administración de la opinión pública, el sistema ideológico compartido en una sociedad, la hegemonía y la economía simbólica. En conclusión, se observa una dualidad entre los rasgos culturales y las políticas públicas, de las que surgen variables e indicadores.

PALABRAS CLAVE: Manipulabilidad social. Opinión pública. Sociología del conocimiento. Sociología de la información. Epistemología popular.

ABSTRACT:

This work is the first stage of a doctoral thesis in conceptualizing the object "Social Manipulability". From a critical review of literature, it is expected to outline both the object and the possible indicators and variables capable of instrumentalizing this object analysis around public opinion. This transdisciplinary article builds the concept from studies in communication and media, political sociology, social psychology and collective epistemology. As a hypothesis, it is possible to analyze social manipulability as a function of a power relation that involves the administration of public opinion, the ideological system shared in a society, hegemony and symbolic economy. In conclusion, there is a duality between cultural traits and public policies, from which variables and indicators emerge.

KEYWORDS: Social manipulability. Public opinion. Sociology of knowledge. Sociology of information. Popular epistemology.

1 – INTRODUÇÃO

A comunicação é uma interação simbólica, em que a eficácia da mensagem fica a cargo da capacidade do emissor em formulá-la discursivamente enquanto sua complexidade estiver adequada à capacidade do receptor de compreendê-la.

Neste sentido, cabe pontuar que a manipulabilidade se distingue da manipulação, pois trata da ação consciente de manipular uma fração social em vista de objetivos contraproducentes à parcela manipulada. É uma relação de poder social estabelecida através do discurso público.

No limite entre a sociologia da comunicação e a sociologia do conhecimento, a qualidade das conversas pode ser considerada como um indicador das capacidades interativas inevitáveis à socialização. Será que a massa tem capacidade de argumentar, pensar criticamente e modificar seu pensamento? Será que existe um ambiente epistêmico que promova a construção do pensamento crítico popular? Por que muitas pessoas (ainda) tomam decisões erradas em termos de convivência e de política? No mundo da informação abundante, por que alguns (ainda) acreditam naquilo que não é favorável?

Num mundo de *fake news*, pós-verdade e supremacia da subjetividade é notável a ausência de capacidades lógicas e de raciocínio dentro da sociedade civil - como o capital cultural que seria capaz de protegê-la, em sua consciência, dos estímulos externos, a exemplo das influências da violência simbólica do campo do poder.

Este artigo compõe um primeiro esforço de conceituar a manipulabilidade social como objeto sociológico, conferindo-lhe diretrizes teóricas capazes de representar o estado de manipulabilidade de distintas sociedades, que, no caso deste trabalho, referem-se às nacionais.

2 - INFORMAÇÃO, OPINIÃO PÚBLICA, MÍDIA E DEMOCRACIA

O informe *Information Manipulation* (JEANGÈNE VILMER et al., 2018) advoga pelo termo “manipulação” em detrimento de outros, como “propaganda”, “*fake news*”, “guerra informacional”, “influência”, “diplomacia pública” e “desinformação”, sendo este último o mais próximo do conceito de manipulação proposto no documento. Neste, a manipulação compreende as ideias de intencionalidade e de clandestinidade, como a racionalidade por trás da ação do manipulador e a inadvertência e/ou inconsciência do manipulado, como uma campanha coordenada com difusão de informação falsa ou conscientemente distorcida, tendo o intuito político de causar danos (*Idem*, p. 21).

Aqui podemos destacar um exemplo entre as capacidades individuais de manipular e/ou defender-se de uma manipulação, cuja soma resultaria na leitura social de tais capacidades em função da manipulabilidade de um coletivo específico. Demonstra-se importante esclarecer, inclusive, que se entende por “campanha organizada” uma sistematização estratégica generalizada de pontos comunicativos

entre os grupos sociais mais leigos, seja esta difundida por meios humanos ou robóticos.

É importante notar o caráter político da informação², que não se prende ao exercício desse teor, mas ao fundamento representativo compartilhado da sociabilidade. Dessa maneira, vale ressaltar a distinção entre as ideias de manipulação comercial e manipulação política, pois enquanto a primeira busca aumentar ganhos com eventos despolitizados, a segunda possui consequências políticas - ainda que ambas possam ter efeitos similares. A manipulação da informação não gera opiniões novas, porém semeia dúvida e confusão, facilitando (ou descomplexificando) certas ações, transformando convicções passivas em ativas, além de reforçar ideias e opiniões pré-existentes.

A manipulação da informação possui afinidade com as estratégias de guerra, principalmente em um contexto no qual as emoções de estresse reduzem as faculdades críticas do indivíduo, assim como a censura detém a capacidade de gerar “paranoia e desilusões”. Se as “massas são estimuladas por falsas histórias” então, a própria representatividade, do subjetivo ao nível coletivo, baseia-se em pensamentos flutuantes devido a que “imaginações tem sido preparadas e fermentam secretamente” (JEANGÈNE VILMER et al., 2018, p. 30), dialogando com a teoria das representações e a sistematicidade do projeto comunicativo público.

Entre a psicologia e a sociologia, ou o indivíduo e a coletividade, podemos observar uma divisão puramente conceitual de um objeto ontológico inseparável. A própria defasagem cognitiva - que se constitui como alvo explorado da desinformação - é caracterizada por uma cultural e natural preguiça intelectual, apresentando-se na falha de exercitar sistematicamente o pensamento crítico, o que facilita a opção por retransmitir a informação sem a busca por evidências que sejam capazes de suportá-la, de respaldá-la.

Neste sentido, considerando a ideia de defasagem anteriormente abordada, pesquisas publicitárias demonstraram algumas “falhas cognitivas” individuais com potencial de exploração. Além da inclinação à reconfirmação, encontrou-se:

uma validação por interação social (o indivíduo fará o que ele pensa que outros farão); o argumento autoritário (o indivíduo tende a obedecer figuras de autoridade, mesmo quando eles exigem o cumprimento de atos repreensíveis); a ilusão de correlação, enquanto o indivíduo percebe uma

² Não somente o caráter político, mas a informação também é um discurso, com traços do contexto sociopolítico e cultural, capaz de articular significado com a população (VALENTINO; FINO, 2015).

conexão entre dois eventos ocorrente dentro de um período similar; ou preferências, já que indivíduos são facilmente convencidos por pessoas que eles admiram. (JEANGÈNE VILMER *et al.*, 2018, p. 32)

Com relação à crise epistemológica, a denominada pandemia do pensamento ingênuo é caracterizada pelo declínio dos valores iluministas, eliminando, pois, fatores como consistência, validade e checagem de fatos. Demonstra-se importante ressaltarmos que o estado do discurso público, em oposição à análise por meio da capacidade de desmentir desinformações, deve ser percebido como uma realidade alternativa compartilhada por milhões de indivíduos. A *pobreza epistêmica de seus entornos* e a diversidade de explicações como uma estratégia para disseminar dúvida e desconfiança. A crise epistêmica (*input*) é a crise do conhecimento (*output*).

Esse debate nos encaminha à distinção entre conhecimento e opinião, situação em que um é moldado pela aplicação sistemática de informação bem fundamentada (*episteme*) e o outro (*doxa*) parte da convicção individual. Deste modo, não se trata de uma questão de mudança ideológica de uma verdade a outra, mas de uma relativista ou cética no que concerne a duvidar da verdade em si. Esta, por sua vez, que pode ser vista como uma instituição perante a qual, a massa, constituída em um contexto de pobreza epistemológica e cultura anti-intelectual³, opõe-se com desconfiança.

Essa desconfiança institucional democrática transborda desde o indivíduo até o social, denunciando uma crise global de comunicação política – o que nos leva à crise da imprensa e da mídia, com o advento da internet, e a subsequente democratização da propagação de informações, eliminando o critério jornalístico e flexibilizando a disseminação de discursos tanto extremistas quanto de ódio. Faz-se referência à armamentização das notícias falsas, com especial atenção à apropriação do discurso público por parte da mídia.

A desilusão trazida pelas frustrações geradas ante as expectativas da revolução digital, contrária à esperança inicial, acelerou a manipulação da informação; o papel das relações sociais é importante na disseminação dela, especialmente tratando-se das redes sociais. Foi neste contexto que se gerou uma

³ Há toda uma literatura histórica em filosofia do conhecimento entre a verdade e a hegemonia do pensamento que a institui como expressão virtual de uma realidade em que relações e interações se dão em campos desiguais de poder (FOUCAULT, 1981, 1978; LANDER, 2000; LACLAU; MOUFFE, 1987).

“superabundância de informação, um fenômeno conhecido como infossaturação ou infobesidade” (JEANGÈNE VILMER *et al.*, 2018, p. 34), com cinco vezes mais exposição a essas referências que na década de 80. Esta abundante variedade afeta nossa capacidade de processar argumentos, de concentração e de tomar decisões eficazes.

As plataformas digitais tornaram mais fáceis a criação, a publicação e a disseminação de histórias falsas, como representações paralelas da realidade que capturam coletivos de indivíduos com crenças similares pré-existentes, gerando dúvida e desconfiança naqueles mais leigos. O mundo digital também gera *filter bubbles*, o que encasula os usuários em “espaços cognitivos fechados onde eles são expostos a conteúdo que fundamenta suas crenças. A máquina tornar-se-ia uma ferramenta de confirmação ao invés de informação” (JEANGÈNE VILMER *et al.*, 2018, p. 41).

Nos estudos sobre mídia de massa, a audiência mais ativa é influenciada por seu contexto sociocultural familiar e seus processos sociocognitivos, tanto de recepção quanto de interpretação de conteúdo. A *refeudalização* da esfera pública é exatamente onde a representação e as aparências superam o debate racional, transformando o público em uma massa passiva e consumidora. Tende-se a promover uma população despolitizada, carente de capacidades críticas, sociocognitivas e, portanto, de agência. Dialoga-se diretamente com o contexto epistêmico da formação da opinião pública e com as capacidades cognitivas possuídas pelos indivíduos que compõe o todo social.

O trabalho de Livingstone e Lunt (1994) explora a participação política a partir do papel da mídia de massa, em função da relação entre os leigos e o poder estabelecido, por meio da disseminação de ideais elitistas junto da influência na formação, na expressão e no consumo da opinião pública. No debate entre a democracia elitista e a democracia participativa, o público – e, por sua vez, o cidadão – fica refém das formas comunicativas da elite governista, em uma situação na qual tanto o social/público quanto o individual/privado são determinados pelas relações estabelecidas a partir das representações do senso comum.

Na importância da esfera pública para a agência cidadã no âmbito da democracia, os meios constituem um grande fórum como tal. Considerando esse conceito por Jürgen Habermas, os meios detêm uma institucionalidade que

fragmenta a sociedade e, por consequência, a capacidade de manipular a opinião pública leiga. Esta comunicação ideal produziria consenso coletivo apenas se houvesse a remoção do controle institucional, essencial à participação civil na democracia – isto é, retirar os discursos elitistas do debate comunitário para que este deixe de ser uma esfera de espectadores passivos e de relações partilhadas. O poder da agência reside na consciência crítica que emergiria da retirada das instituições como únicas propagadoras de conteúdo na mídia.

Certos fatores característicos da cultura cívica seriam agregados à compreensão conceitual da manipulabilidade social. Igualdade econômica, liberdade civil, a lei e a ordem, por exemplo, constituiriam a consciência política do eleitorado moderno – e, no nosso caso, da massa por onde escorre magmaticamente⁴ a opinião pública. A política não deveria ser concebida como uma consolidação de organizações formais, mas fundamentada sobre a circulação de práticas discursivas. Nestes termos, o sentido comum que rege nossa prática cotidiana é processado, construído e propagado dentro deste espaço comum, o que nos leva a reconceituar as práticas coletivas.

Compreendendo os fundamentos discursivos do exercício político, alcança-se a importância dos discursos, desde o mais leigo até o mais experto, bem como a economia destes para a produção simbólica, das representações individuais e coletivas que, dentro de um sistema cultural, moldam a opinião pública. Vale ressaltar o sistema cultural como o contexto dentro do qual operam tais transações simbólicas. Unindo o contexto cultural como potencial simbólico à qualidade das conversas nos discursos públicos, incluindo o da massa, obtêm-se uma imagem de mercado simbólico do sentido comum dentro do qual as elites governantes, munidas de suas ferramentas de manipulação, apropriam-se do discurso operante da opinião pública.

⁴ Dentro do seu conceito de subjetividade coletiva, diferentemente dos indivíduos com maior grau de intencionalidade em sua ação uniforme, tais coletividades se movimentam de modo magmático e têm baixos níveis de intencionalidade que acompanham taxas reduzidas de homogeneização interna, de organização e de identidade (incluindo a autoconsciência do processo social dentro do qual estão envolvidos). Forças opostas, centrípetas e centrífugas, operam dentro do campo de opinião pública cujos fluxos de capitais simbólicos têm características de um mercado econômico (enquanto outra subjetividade coletiva): sem pontos centrais de decisão, sem organização sistemática interna e com baixo grau de intencionalidade pela heterogeneia constitutiva. No entanto, nenhum destes pontos incide negativamente nos níveis de autoconsciência ou de identidade. Ainda que falte homogeneização interna, os impactos da opinião pública sobre a sociedade são reais e vigentes (DOMINGUES, 2018).

Estas mudanças fundamentais entre democracia elitista e democracia participativa engendram transformações no papel da grande mídia, desafiando oposições tradicionais entre “produtores e audiência, texto e leitor, expertos e leigos” (LIVINGSTONE; LUNT, 1994, p. 8). Assim, através de uma transferência de poder com o aumento de capacidades da audiência, esta última tornar-se-ia mais participativa, mais ativa e mais cidadã.

Por outro lado, perspectivas críticas contemplam o poder de capturar e manter uma audiência de massa passiva através da ilusão de influência, com poder narcotizante, afetando a prática democrática ao incitar mais opinião e menos ação pública, e da mudança contrária de cidadãos políticos engajados a unidades consumidoras num mundo corporativo. Interessante a este trabalho é a quantidade (ou peso) do simbólico reprodutivo elitista na circulação de bens intangíveis que constroem discursivamente as representações da sociedade civil.

A conversa e o diálogo são substanciais para produzir a esfera pública, cuja soma resulta no tecido da opinião comunitária. Aqui opera a reprodução simbólica entre o âmbito privado e o que não é dessa natureza, fundamentando e legitimando a reprodução material entre o mundo econômico (privado) e o Estado (público). Nestes termos, aumentar a complexidade das conversas também aumenta a capacidade de agência a partir de melhores discursos para produzir representações sociais mais afins com a realidade a ser transformada. Esta transformação suporia cortar com o ciclo da reprodução simbólica dentro do qual a história vem se desenvolvendo.

É importante considerar, como dizem Livingstone e Lunt (1994), a cultura política da massa que tem traços de iliteracia, de cultura de consumo (em detrimento à de debate) e, por consequência, transformam ideias em bens de consumo ao eleitorado, ao invés de fundamentar interesses ideológicos ou de classe. Nesta crítica marxista sobre a mercantilização das relações sociais, as asserções não mais funcionam como catalisadores argumentativos para a deliberação e possível mudança de opinião por vias do debate crítico, mas como um ponto de identificação, de similaridade ou de oposição, entre elas. Esta identificação interassertiva está intrinsecamente relacionada com a mercantilização *simbólica* e o fetichismo *das ideias* enquanto elementos próprios das diferenças sociais que distinguem grupos e classes. A divisão e a fragmentação da sociedade se dão a partir dos subgrupos

dominados que tomam para si ideais dominantes, protegendo interesses contrários aos seus, impossibilitando, assim, a homogeneidade da opinião pública e uma voz singularmente popular.

Se a manipulabilidade da representação necessita de informações robustas para a sua compreensão, poder-se-ia inferir hipoteticamente que as metarrepresentações, ou significados apreendidos pela população, a partir de representações alheias desde focos de poder, traz-nos um conjunto informacional falsamente compreendido – portanto, distorcido da realidade e sem capacidade de manipulabilidade e, conseqüentemente, da agência cidadã. O apelo que remanesce é conceder à sociedade civil a oportunidade de construir suas próprias atuações, adequadas ao desenvolvimento do seu contexto epistêmico-discursivo, com fins de reforçar a democracia participativa e sem intenções de reprodução de poder que ciclicamente sustentam um histórico contexto socioeconômico globalmente desigual.

Há a ampla aceitação de esferas públicas menores que a macroesfera dessa natureza, advindas de partidos políticos e grupos de interesse que detêm a capacidade representativa das opiniões de um grupo específico. Este pode ser a favor ou contrário ao poder estabelecido, compondo-se da dialética e da negação do outro (LACLAU; MOUFFE, 1987).

Microesferas públicas, então institucionalizadas, compõem o sistema da macroesfera pública, como um corpo descentralizado e politizado que se fundamenta sobre articulações e negociações, em uma heterogenia que o torna apolítico no nível massivo. Assim, identificam-se grupos de públicos compondo a massa. A ideia da manipulação consiste em transformar representações de microesferas comunitárias, por meio da arquitetura da aceitação social, na conceituação agregadora e indefinida (LACLAU, 2013).

Neste sentido, somos conduzidos a argumentar acerca da discursividade da consciência coletiva, que preza por uma sistematização, ainda que rudimentar, dos seus pontos representativos. Entre a racionalidade habermasiana e a identificação por vias da negação do outro, há esta terceira via, de um compromisso simbólico – provisório ou não –, que leve a uma unificação discursiva social, gerando uma concepção compartilhada de *comunidade*. A nova pluralidade constituinte da esfera pública contribuiu com a proliferação de novos significados para uma opinião pública historicamente acostumada com certa homogeneidade padrão da representação

social burguesa. O aumento das capacidades democráticas, no que concerne ao desenvolvimento sociocognitivo da massa, gira, também, em torno da diversidade e de como a sociedade civil lida com esta.

A percepção foucaultiana do discurso como ferramenta para o exercício e manutenção do poder na modernidade é importante. Especialmente quando lidamos com distintas formalidades do discurso, as quais algumas são aceitas e outras não, e através das quais operam o diálogo e as conversas – elementos fundamentais para a construção do simbólico coletivo.

A hegemonia de certos discursos e objetos, que descartam “baboseiras” e “tabus”, impõe-se como uma referência de contraposição e de impossibilidade de unificação social, minando, assim, a ação coletiva em favor da ação social em função dos interesses do poder estabelecido. Logo, a participatividade democrática é discursiva tal qual são as informações distribuídas no mercado simbólico da opinião pública. Como um discurso, para além do texto, esta detém estratégias e intenções escondidas, cuja intenção é um conjunto esperado de resultados e impactos sociais.

3 - REPRODUÇÃO SOCIOCULTURAL, PSICOLOGIA SOCIAL E POLÍTICAS EDUCATIVAS

O senso comum não abarca certas capacidades mentais (cognitivas, lógicas e de raciocínio), características do sentido crítico, que exigem o esforço afetivo à aprendizagem e humildade diante de novas informações para adequar o pensamento à realidade – diminuindo, pois, o distanciamento entre a sociedade e o mundo real. O sentido comum é histórico, cultural e relacional,

situado no tempo e espaço, e é típico ou característico de uma posição particular de classe [...] é relacional no sentido que apenas ganha significado em termos de sua interconectividade com outros conceitos: como estrutura de classe, hegemonia, intelectualidade, filosofia, ciência, religião, ideologia ou folclore. (PATTERSON, 2016, p. 3).

Habilidades cognitivas são fundamentais para o funcionamento dos debates democráticos, na intenção de serem percebidas necessidades além das próprias, através de um forte sentido de coletividade (DE ZAVALA, 2011, p. 78). Dentre as associadas com o pensamento crítico, cinco dimensões foram identificadas: “avaliar evidência, analisar e avaliar argumentos, entender implicações e consequências,

produzir argumentos originais e entender causalidade” (THONNEY; MONTGOMERY, 2019, p. 170).

Daniel Wilkenfeld (2013) propõe a compreensão (*understanding*) não somente como uma relação cognitiva embasada em representações, mas também, e fundamentalmente, na capacidade de manipulá-las a partir de ferramentas críticas e sociocognitivas. Compreender é, portanto, um habilitador de capacidades, concedendo agência sobre o objeto compreendido, cuja representação pode ser transformada (corrigida, melhorada, aplicada, avaliada, replicada, entre outras).

A compreensão como uma representação subjetiva daquilo que é compreendido foge da explicação pragmática como modelos físicos e contra-argumentos fundamentados nas estruturas explicativas. Compreender é empoderador, de modo tal que, embora nem todos os fatores empoderadores sejam de cunho compreensivo, todo modo de compreensão traz empoderamento.

É importante o papel do contexto individual, uma vez que este pode derivar de explicações diferentes – e ainda eficientes – segundo distintas operações e capacidades cognitivas, ao que Wilkenfeld (2013) denomina “contexto de atribuição”. A cultura seria o contexto macro enquanto a vivência privada representaria o contexto micro⁵. Neste sentido, não é uma única explicação que gera a compreensão, mas a explicação mais adequada ao contexto dentro do qual o indivíduo possa gerar cognitivamente uma representação sobre o objeto a ser compreendido.

Em suma, a característica fundamental não é a simples posse de uma representação (a qual pode ser irreal ou não verdade), contudo a capacidade desta em ser manipulada (devido à sua robustez e como prova da compreensão mesma), que também depende do contexto cultural. Seria, dessa maneira, necessário estipular parâmetros contextuais-sensitivos na intenção de utilizar esta manipulação representativa para capturar conceitualmente o fenômeno da compreensão, uma vez que a manipulabilidade da representação exige atributos prévios que permitam agência individual tanto em relação ao objeto quanto à realidade relacionada a este. Afinal, quaisquer das três vertentes da psicologia social – cognitiva, diferencial e de comportamento – centram seus objetos na “capacidade da mente de aprender,

⁵ Para Andreas Demetriou, a inteligência não pode ser compreendida fora de um contexto cultural, estrutura capaz de promover o desenvolvimento intelectual através da educação (DEMETRIOU, 2015).

modelar, escolher entre opções, e usar sistemas representacionais de acordo com objetivos e necessidades atuais ou previstas e planejadas” (DEMETRIOU, 2015, p. 314).

Wilkenfeld (2013) menciona pesquisas no campo da psicologia referentes aos efeitos cognitivos da posse da explicação, porém denota a ausência de literatura em psicologia referente à compreensão em si. Entre a investigação sobre o entendimento e seu resultado, a psicologia se baseia mais nos enunciados pragmáticos e os possíveis efeitos de entendimento do ouvinte (mensagem pura), sem incluir a perspectiva interna dos processos cognitivos de compreensão que atuam entre o enunciado explicativo do emissor e a capacidade de entendimento e aplicação do receptor – como, por exemplo, as externalidades do contexto.

Para Serge Moscovici (1988), a representação social se difere da representação coletiva durkheimiana no que tange às modificações da modernidade, assim como nas transformações socioculturais que relativizaram tais interações coletivas e comunais. A representação segue tal qual um sistema de valores, ideias e práticas que não somente sistematizam e codificam as interações comunicativas, tanto no nível individual de modificar sua realidade social e material, quanto no nível social de construção de uma realidade compartilhada e igualmente compreendida. A teoria das representações sociais não apenas responde questões específicas e descobre novos fenômenos das conexões sociais e societárias, mas também é a base de uma psicologia social do conhecimento, que trata do pensamento do senso comum frente à linguagem e à comunicação (MOSCOVICI; MARKOVÁ, 1998, p. 407).

Susan Herbst (2011) aponta as distintas percepções e ferramentas analíticas referentes à opinião pública, que, no caso da visão marxista, é uma expressão das ideias da classe dominante, pois estas detêm a força material da sociedade e, portanto, a intelectual.

Devido à transformabilidade da opinião dos indivíduos, estes se tornaram manipuláveis diante da materialidade última da ação social no marco da dominação e exploração, através do controle dos meios e forças de produção simbólica, como representações, informações e ideias, opiniões, desejos e vontades. Para o marxismo ortodoxo, a falta de agência coletiva da massa se dava exatamente em base ao controle da opinião por parte da classe dominante, como parte da

superestrutura, no mundo das ideias, e determinada pelos fluxos constitutivos de representação social⁶. O neomarxismo, porém, agregou instituições que complexificam as interações e as operações na dialética da dominação e da exploração.

Diante da releitura marxista por Gramsci, a possibilidade de mudanças sociais radicais perpassa a flexibilização do determinismo fundamentalista original. A superestrutura, em sua infinidade de arranjos, poderia escapar ao controle e mudar gradual ou radicalmente a realidade social, apesar da inegável enorme influência da economia sobre a construção das representações sociais, o que ele introduz como *hegemonia*, ou

o processo de gerar consenso do público através da persuasão, o controle da informação, e o enquadramento de problemas sociais. Hegemonia é o processo através do qual [...] a ideologia da classe dominante se torna senso comum em qualquer época. (HERBST, 2011, p. 5).

Neste aspecto, o neomarxismo adiciona os meios de comunicação como também produtores de consentimento e, portanto, de dominação social.

Trazendo-nos a Bourdieu, o trabalho de Herbst (2011) traz sua visão cética referente à existência da opinião pública em face às características das pesquisas de pontos de vista: cristalização de opiniões, pré-formação discursiva delas e representação da realidade. De tal modo, pensar-se-ia em um *agregado de opiniões* que pode ser representado pelos resultados da pesquisa, porém longe de retratar a perspectiva pública em sua máxima complexidade – há também a questão do peso da validade do posicionamento, em vista dos distintos níveis de informação, de fonte, de prestígio e de poder, em que nem toda informação tem força de incidência.

O que nos leva à *hyper-realidade* de Baudrillard, na qual a opinião pública é construída pelos meios, porém não determinada pela economia no sentido marxista. A pluralidade e a heterogenia moldam a perspectiva fragmentada das definições de realidade, levando a uma cultura de elementos contraditórios que lutam por nossa atenção. Para o pós-modernista, a indústria cultural que domina a consciência humana é o que molda as constantes percepções em um *fluxo de ideias e signos, incontrolável e selvagem*, que indetermina o *referente original* entre a mídia que “constrói” e a pesquisa de opinião que “colhe”.

⁶ A própria questão da estética e do discurso da imagem nas mudanças de regime são parte de um projeto comunicativo de reconstrução simbólica.

Esta interseção conceitual é demasiada importante, uma vez que as políticas públicas incidem diretamente na transformação e/ou reprodução social. Neste ínterim, as políticas públicas são percebidas como meios de outorgar capacidade crítica e agenciamento aos sujeitos, de forma a promover sua emancipação, através da administração da economia simbólica enfocada na popularização do acesso crítico, na instituição ou na reforma dos contextos epistêmicos dos cidadãos e das cidadãs.

O contexto do (ter) tempo é essencial à formação do pensamento crítico. Enquanto as políticas educativas hão de reger os métodos, conteúdo e infraestrutura socioeducativa, as políticas culturais e sociais determinarão o contexto socioeconômico de seu núcleo familiar, incluindo o próprio cidadão-aluno.

Sob a sombra da pedagogia crítica, Yan Kin (2019) disserta acerca dos desafios encontrados por professores estagiários no cumprimento dos objetivos da Educação Cidadã (*citizenship education*), que compreendem a promoção do pensamento crítico e de valores positivos no meio estudantil, “tornando-os cidadãos ativos na sociedade” (YAN KIN, 2019, p. 14).

Neste sentido, desenvolvem-se o pensamento crítico e as habilidades de raciocínio junto de um sentimento de pertencimento local-nacional, através de um currículo no qual a própria experiência de compreender e de participar na sociedade produz a capacidade (e identidade) do cidadão – uma vez que ele não nasce, mas se constrói, a perspectiva da pedagogia crítica promove a reflexividade e a dialética necessárias ao debate referente à justiça, do estado de direito e de direitos humanos. Sob esta perspectiva, a escola se torna um campo de batalha ideológico, onde o cumprimento de tais objetivos vai de encontro à manutenção do poder estabelecido de desigualdade simbólica.

A disciplina Estudos Liberais, obrigatória do currículo da educação secundária em Hong Kong, é marcada pelo descolonialismo e pela resignificação nacional e local após um histórico de fragmentação identitária. Interessante o debate proposto em torno da relação educação crítica x educação conformista e superação x manutenção do Estado Nacional. Por mais institucionalista que seja a crítica conservadora diante das tentativas liberais de construir uma cidadania questionadora, bem informada e a par da contemporaneidade, percebe-se a carga de recurso simbólico conferido aos estudantes a modo de resignificar seus

pensamentos, modificando, assim, suas representações da realidade, desenvolvendo novas formas de pensar.

Ao conferir uma capacidade emancipatória à educação, a pedagogia e o campo educativo devem possuir um papel de destaque em qualquer corpo metodológico que vise mensurar a manipulabilidade de uma sociedade. Tanto os textos legislativos dos modelos educativos nacionais quanto os resultados e impactos desta política devem ser codificados de modo a representar a realidade educativa de uma sociedade – auxiliando, assim, com a quantificação do elemento epistêmico transformador, que possui competência para modelar a cidadania e modificar a textura do tecido da opinião pública. Indicadores como reflexividade e deliberação são úteis para mensurar a emancipação provida neste contexto regulatório, capaz de construir um entendimento que possa levar a mudanças em pensamento e comportamento.

4 – CONCLUSÃO

A transformação social se dá em um cenário de baixa manipulabilidade social, onde ambos os lados deteriam igual capacidade de construir símbolos e representações genuínas. Esta relação compreende capacidades individuais, críticas e cognitivas, que podem ser aprendidas e desaprendidas. Geralmente se apresenta em uma campanha organizada como uma sistematização estratégica e generalizada de pontos comunicativos entre os grupos sociais mais leigos.

A manipulabilidade social é um contexto político e representativo, cujo elemento dominante é capaz de administrar a opinião pública. Pensando nas variáveis que, em teoria, auxiliariam-nos a representar graficamente essa ideia, a liberdade de imprensa, o controle dos meios de comunicação e as políticas de liberdades individuais, pode-se dizer que se tornariam indicadores para tal fim.

A pobreza epistêmica do entorno da massa incide diretamente na crise de conhecimento, de confiança nas instituições e na dissociação com a realidade. A manipulabilidade opera no campo dos sentimentos, das emoções e das sensações, e é majoritariamente atrelada à divisão da população e/ou à confirmação de preconceitos e ideais contraproducentes. De fato, esta crise epistemológica se caracteriza por uma cultura anticientífica, pela superficialidade do pensamento, simplificação discursiva, relativização da validade e da checagem dos fatos. O que

ocorre é a supremacia da opinião (*doxa*) sobre o conhecimento (*episteme*), em vista da falta de capacidade crítica da massa somada à necessidade individual de portar representações sociais em uma sociedade do conhecimento.

A manipulabilidade social, em caso de ser representada graficamente, tenderia a demonstrar níveis mais altos de manipulação em torno de uma maior massa social, se comparada em torno de um maior público – o que está conectado a maiores índices educativos, de leitura e de participatividade. Estes elementos indicariam a qualidade das conversas, a modo de circulação de práticas discursivas que estruturam a realidade sociopolítica.

Há uma abundância de informações (*infobesity*) em meio à escassez de operações mentais que as filtrem, tratem e processem. O senso comum é administrável através da imprensa e suas instituições que promovem a fragmentação da opinião pública. O contexto socioeconômico e cultural de um país, em função do desenvolvimento da democracia, tornar-se-ia uma variável importante, cujos indicadores auxiliariam a leitura do estado de manipulabilidade social de uma dada sociedade – aqui englobariam também a cultura cívica, liberdade civil e política, tolerância, diversidade e outros indicadores de uma pluralidade política e consciente na massa.

Ferramentas importantes que compõem nosso corpo de estudo são a imprensa e os meios digitais, o discurso histórico e científico, e as políticas públicas educativas, culturais e sociais. Estes elementos podem ser facilmente analisados quantitativa ou qualitativamente, além de integrarem um corpo de indicadores capazes de expressar o estado de manipulabilidade social.

De um lado, teríamos indicadores referentes às políticas públicas, seus resultados, impactos e objetivos, nas áreas educativa, cultural e social. Por outro, teríamos indicadores relacionados com a cultura da sociedade, como traços importantes sobre questionamento, leitura, arte e cultura, crenças e opiniões reproduzidas socioculturalmente. Neste aspecto, a questão da religiosidade, da capacidade de associação, da censura ou da liberdade de expressão torna-se elemento indicador tanto das políticas públicas quanto dos traços culturais desta sociedade.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES), PROEX-IES Públicas, Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

DE ZAVALA, A. Cognitive skills and motivation to adapt to social change among Polish politicians. In: WEINBERG, A. *The Psychology of Politicians*. Salford: Cambridge University Press, 2011. Cap. 5, p. 76-96. ISBN 9781139026482. DOI: 10.1017/CBO9781139026482.

DEMETRIOU, A. Intelligence in Cultural, Social and Educational Context. In: _____ *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. 2. ed. [S.l.]: Elsevier, v. 12, 2015. p. 313-322. DOI: 10.1016/B978-0-08-097086-8.92147-0.

DOMINGUES, J. M. Public opinion and collective subjectivity: a conceptual approach. *Distinktion: Journal of Social Theory*, v. 19, n. 3, p. 249-267, 2018. DOI: 10.1080/1600910X.2018.1495091.

FOUCAULT, M. *A verdade e as formas jurídicas*. Rio de Janeiro: PUC, 1978.

_____. The order of discourse. In: YOUNG, R. *Untying the text: a post-structuralist reader*. Boston: Routledge, 1981. p. 48-78.

HERBST, S. Critical Perspectives on Public Opinion. In: EDWARDS III, G. C.; JACOBS, L. R.; SHAPIRO, R. Y. *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media*. [S.l.]: Oxford, 2011.

JEANGÈNE VILMER, J. B. et al. *Information Manipulation: A Challenge for our Democracies*. CAPS (Ministry for Europe and Foreign Affairs) and IRSEM (Ministry of the Armed Forces). Paris. 2018. (879-2-11-152607-5).

LACLAU, E. *A razão populista*. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

_____; MOUFFE, C. *Hegemonía y estrategia socialista hacia una radicalización de la democracia*. Madrid: Siglo XXI, 1987.

LANDER, E. Ciencias Sociales saberes coloniales y eurocéntricos. In: LANDER, E. E. *La colonialidad del saber. Eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires: CLACSO, 2000. p. 11-40.

LIVINGSTONE, S.; LUNT, P. The mass media, democracy and the public sphere. In: _____ *Talk on Television: Audience participation and public debate*. London: Routledge, 1994. p. 9-35.

MOSCOVICI, S. Notes towards a description of Social Representations. *European Journal of Social Psychology*, v. 18, p. 211-250, 1988. ISSN 0046-2772.

_____; MARKOVÁ, I. Presenting Social Representations: A Conversation. *Culture & Psychology*, London, Thousand Oaks, New Delhi, 4, n. 3, 1998. 371-410. DOI: 10.1177/1354067X9800400305.

PATTERSON, T. C. Too much common sense, not enough critical thinking! *Dialectical Anthropology*, California, v. 40, n. 3, p. 251-258, 2016. DOI: 10.1007/s10624-016-9434-5.

THONNEY, T.; MONTGOMERY, J. C. Defining Critical Thinking Across Disciplines: An Analysis of Community College Faculty Perspectives. *College Teaching*, US, v. 67, n. 3, p. 169-176, 2019. ISSN 8756-7555 Online ISSN: 1930-8299. DOI: 10.1080/87567555.2019.1579700.

VALENTINO, A.; FINO, C. *La información como discurso*. Recorridos teóricos y pistas analíticas. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 2015.

WILKENFELD, D. A. Understanding as representation manipulability. *Synthese*, Columbus, OH, v. 190, n. 6, p. 997-1016, 2013. DOI: 10.1007/s11229-011-0055-x 10.1111/j.1933-1592.2004.tb00382.x.

YAN KIN, C. A. Challenges of cultivating critical citizens in Hong Kong: voices from Liberal Studies pre-service teachers. *Asian Education and Development Studies*, v. 8, n. 1, p. 14-27, 2019. ISSN 2046-3162. DOI: 10.1108/AEDS-06-2017-0050 .