

Ernest Manheim: Opinião Pública como Experiência de Publicidade em Grupos¹

Fernando Nobre CAVALCANTE²

Doutor

Universidade de Campinas, Campinas, SP (Brasil)

Stefanie AVERBECK-LIETZ³

Doutora

Universidade de Bremen, Bremen (Alemanha)

Resumo

Apresenta à comunidade brasileira uma síntese da obra *Die Träger der öffentlichen Meinung. Studien zur Soziologie der Öffentlichkeit* e da trajetória preterida de Ernest Manheim. Salienta similitudes e distinções entre sua teoria e a de seu primo mais velho Karl Mannheim, popular na América Latina pela Sociologia do Conhecimento. Aponta elementos hermenêuticos de analisar o interior das experiências de grupos em seu teor publicista.

Palavras-chave: Historiografia da mídia; História da experiência; Karl Mannheim; Hermenêutica; Alemanha.

Introdução

Nascido em Budapesta, na Hungria, no dia 27 de janeiro de 1900⁴, Ernö Manheim (Ernest Manheim) foi esquecido pelo mercado editorial brasileiro (ou português) e pouco priorizado pelas traduções em inglês e espanhol. Em seu legado, no entanto, deixou rastros para a Sociologia do Conhecimento encabeçada, entre alguns, por seu primo Karl Mannheim. Em 1930 Ernest Manheim salientou que, acima de tudo, a linguagem da lógica deve servir para reflexão da necessidade de concretude que se impõe nos estudos acadêmicos (Manheim, 1930). Assim, os termos e conceitos que ele desenvolveu contrastariam fortemente com os desenvolvidos pelo paradigma matemático abstrato para a razão que começou a dominar a filosofia analítica do século XX por meio da Filosofia da Ciência do *Círculo de Viena* e das tradições anglo-americanas de positivismo lógico, empirismo e lógica simbólica. Para Lukács, a ação emancipatória foi paralisada pelas retificações desse tipo de deducionismo

¹ Trabalho apresentado no GT Historiografia da Mídia, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia. GT – Historiografia da Mídia, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia. Este trabalho é concorrente ao Prêmio José Marques de Melo.

² Doutor. Pesquisador Colaborador do Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada da UNICAMP, email: fnobre@unicamp.br

³ Doutora. Professora titular do ZeMKI (*Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung*) da Universidade de Bremen na Alemanha, email: averbeck.lietz@uni-bremen.de

⁴ A biografia de Ernest Manheim é descrita na obra de sua sobrinha Welzig (1997).

(paradigmas históricos e sociológicos do atomismo lógico, o dualismo da fenomenologia de Husserl). Manheim procurou reformular a linguagem da lógica dentro de uma filosofia dialética da ação social e práxis política intencional e, com o conceito de mediação, contribuiu para as noções de desenvolvimento debatidas pelos sociólogos de sua época (BARON, SMITH, REITZ, 2005).

Se até agora a mediação social de relações humanas diretas foi salientada e a tendência a uma integração, no séc. XIX, se contrapôs à estrutura detalhada de antigos conceitos coletivos, então isso deve agora ser delimitado e revisado. Pois embora de fato tal se tornou decisiva a relação social mediata do processo como um todo, por assim dizer, nas costas dos participantes, assim se baseia esse processo na vontade, no pensamento e no sentido daqueles que vivem e percebem de forma direta suas relações superficiais. (MANHEIM, 1933, traduziu-se do original em alemão).

Em *Die Träger der öffentlichen Meinung. Studien zur Soziologie der Öffentlichkeit*⁵, Ernst Manheim (1933), inicialmente, problematiza o paradoxo moderno da socialização. O sociólogo faz um esboço de como a passagem do século XIX ao XX trouxe um novo tipo de relacionamento social para as questões de ordem da soberania dos estados. Compele um aparato de fatos das três primeiras décadas dos anos 1900 e de como o modelo social vigente naquele momento estava entrando em colapso, dando espaço para novas formas de distribuição da sociedade. Manheim se atém às mudanças históricas, fazendo um sobrevoo do surgimento da industrialização, da indústria automobilística, do capital e do mercado de trabalho, da moda e das empresas jornalísticas como meios de alicerçar a opinião pública, e como isso afetaria diretamente a forma de comportamento e de distribuição de valores da sociedade naquele momento. O século XIX não afetou somente os indivíduos dentro da sociedade, pois as mudanças do século atingiram também a consciência social, cria o Sociólogo.

Nessa nova consciência, a Sociologia enraizou-se como uma impressão de um novo fato que desdobrou a sociedade da sua especial e própria forma prototípica quase em uma abrangente e total modalidade do ser e do pensamento. Estudar a significação específica do uso da dicção “sociedade e socialização” e como esta foi usada e em que sentido interpretado ao longo dos séculos é o grande debate do autor nos primeiros capítulos da obra.

Manheim tenciona estas questões ao campo da publicidade como um vetor de experiência na interdependência de membros de um grupo. Assim como a sociedade e a própria concepção do que é sociedade foi sofrendo modificações de acordo com o

⁵ Aqui traduzido como *Opinião Pública*.

pensamento da época, o mesmo acontece com a estrutura e a forma como é vista a estrutura do termo publicidade. O autor foca a sua análise em objetos de estudo como a da noção de grupos por meio de confrarias e associações, da imprensa e do tratamento do conjunto de informações a um público. Essa nova categoria moderna do pensamento público não somente expressa o novo modo da reflexão das mesmas circunstâncias políticas, mas sim um novo contexto de vida em sociedade. O Sociólogo esmiúça a evolução da própria publicidade com o passar do tempo. Com a formação de instituições públicas como associações, partidos, a mídia ou “o pensamento público”, dessa forma a publicidade, em analogia à socialização (de acordo com seus especiais disparates e formas prototípicas até o modo de ser) se elevou como uma categoria. Este artigo, dedica-se a apresentar brevemente seu pensamento na obra *Opinião Pública*, bem as suas interseções com a Teoria do Conhecimento de Karl Mannheim, propondo um novo acervo teórico para historiografia da mídia de pesquisadoras e pesquisadores latinos.

Ernest Manheim: breve apresentação à comunidade brasileira

Ernest Manheim foi o primeiro sociólogo alemão a criar uma sociologia de comunicação rigorosamente analítica em 1932 (AVERBECK-LIETZ, 2014). Nos anos vinte e no início dos anos trinta, os sociólogos alemães lançaram tipicamente um olhar normativo e culturalmente crítico sobre a Comunicação na sociedade. A imprensa de circulação de massa, então contemporânea, que usava cada vez mais imagens e colorações, era dita sensacionalista e culturalmente destrutiva. Os sociólogos criticaram os jornais no sentido de polarizar a opinião pública a tal ponto que tornava impossível um consenso social.

Por ocasião da Conferência Anual dos Sociólogos Alemães [realizada em Berlim] em 1930, as discussões sobre “a imprensa e a opinião pública” agruparam-se em torno do tema da liberdade de imprensa⁶. Foram pronunciadas posições essencialmente conservadoras: Professores como Carl Schmitt e Carl Brinkmann denunciaram a ideologia “liberal” da imprensa (AVERBECK, 2000, p. 107-110). O tema “a imprensa e a opinião pública” foi discutido de maneira altamente emocional. Ao mesmo tempo, os sociólogos admitiram

⁶ À época a sociologia se convergia para tópicos historicistas liderada por Raymond Aron, que estudou na Alemanha entre 1930 e 1933. Aron conheceu Karl Mannheim, primo de Ernest Manheim, e Norbert Elias e mergulhou na obra de Simmel, Dilthey, Rickert, Freyer, Schutz, Lukács e Weber (BAVEREZ, 1993). Há evidências de contato entre Manheim e Elias em uma carta enviada no dia 09 de setembro de 1938 de Londres para Kansas City. Na carta, Elias expõe sua frustração de não ter obtido resposta de editores no envio de seu manuscrito *Über den Prozeß der Zivilisation* (O processo Civilizador, editado pela Zahar) e pedia indicação de hospedagem em sua estadia futura nos EUA, demonstrando laços de amizade, certamente estreitados na Conferência supracitada (ELIAS, 1938).

criticamente que não tinham os meios analíticos para explicar o sucesso do Partido Nazi nas eleições de setembro de 1930, nem tinham meios para contrariar o seu sucesso de uma forma politicamente significativa.

A literatura sobre Leopold von Wiese é muito mais ambivalente hoje em dia. Muitos dos participantes desta conferência, por exemplo Ferdinand Tönnies, cujas palestras Ernest Manheim ouviu a partir de 1921 na Universidade de Kiel, eram a favor da primeira democracia alemã, mas estavam indefesos a se colocarem de acordo com os padrões de uma “efetiva política”. Não de forma absoluta, Tönnies foi uma espécie de ativista contra os nazistas em sua idade mais avançada. Naquele ano, 1930, Ernest Manheim esteve em Leipzig. Tinha acabado de publicar a sua tese de doutoramento, *Zur Logik des Konkreten Begriffs* (Sobre a Lógica do Conceito Concreto), uma “teoria de voo muito alto”, como confessou mais tarde. Na sua tese, Manheim tentou descartar o dogma principal das humanidades alemãs, que era relacionar-se com categorias-chave de ideias e subordinar a realidade a essas categorias. Aferido no comentário de Manheim sobre isso, em 1956, na Introdução de *Essays on the Sociology of Culture* de Karl Mannheim (Sociologia da Cultura, editado pela Perspectiva):

A ênfase histórica é característica de vastas áreas das ciências sociais alemãs, desde os seguidores de Hegel, incluindo Marx, até a escola histórica de jurisprudência e economia. O ponto de vista histórico nas ciências sociais alemãs acarreta algo mais que um interesse pelos temas históricos; [...] Uma vez que a pesquisa se desenvolve a partir do complexo e que o *continuum* histórico se transforme no quadro de referência, o estudo das relações humanas se resume à investigação de como mudanças consecutivas nos traços básicos da sociedade se relacionam com os indivíduos concretos. [...] O foco da análise é o todo inclusivo, que da perspectiva histórica é ‘anterior’ a suas partes. Uma vez que a unicidade, a *Einmaligkeit* de uma situação se transforme no quadro de interpretação, a concepção ‘realista’ é axiomática. Dado que estruturas inclusivas formam o tema da história, é compreensível que o historiador se incline a encarar coletividades, como as nações, como sendo mais concretas e reais do que simples estruturas como o grupo de vizinhança e família. (MANHEIM, 2013).

Ainda em 1929, Manheim concentrava-se na realidade da vida cotidiana contrária à tradição alemã, que priorizava a singularidade histórica. Em sua *Zur Logik des Konkreten Begriffs*, Manheim desenvolveu a partir da crítica à filosofia histórica de Hegel um padrão analítico para terminologias sociológicas. Em sua compreensão, as dicções sociológicas deveriam ser liberadas de todas as definições idealistas e serem usadas apenas como noções relacionadas à realidade empírica. O termo “comunidade”, por exemplo, significava afetividade e estabilidade dos laços sociais para toda uma geração de sociólogos alemães

desde o final do século XIX, enquanto o termo “sociedade” significava a perda desses laços e a exploração do indivíduo como um instrumento no processo industrial. Estas noções não contavam mais para Manheim, que definiu “comunidade” e “sociedade” de modo totalmente analítico. Qualquer encontro corriqueiro de pessoas continha tanto elementos pragmáticos quanto afetivos. Segundo Manheim, Ferdinand Tonnies, que cunhou a dicotomia “sociedade-comunidade”, comungava da mesma opinião. O professor de doutorado Manheim, Hans Freyer, não compartilhou desta opinião. Ele considerava a sociedade democrática contemporânea em fase de decadência. Freyer deixou-se cegar pelo conceito de comunidade do Partido Nazista no início dos anos 30. Junto com Manheim, Freyer alegou empreender a Sociologia como uma ciência que estudava a realidade – o afã ideológico de Freyer, sem embargo, desqualificou esta afirmação.

Enquanto Hans Freyer pregava a “revolução da direita” e finalmente não habilitara Ernest Manheim porque o sindicato de estudantes nazistas tinha intervindo com sucesso, Manheim apostara transmitir a sua “sociologia da realidade” até emigrar em fevereiro de 1933. Em 1932, Ernest Manheim entendeu a mudança da opinião pública para as visões de direita e o retomou em um projeto de pesquisa sobre os mecanismos de comunicação social e a formação da opinião pública. Naquela época, a maioria dos sociólogos alemães descrevia a comunicação de acordo com o modelo de resposta aos estímulos, acreditando por exemplo que um jornal manipulava os leitores. Ernest Manheim, entretanto, traçou mecanismos psicossociais de comunicação oito anos antes de Paul Felix Lazarsfeld⁷. Em seu estudo chamado *Die Träger der öffentlichen Meinung. Studien zur Soziologie der Öffentlichkeit*, Manheim supõe que qualquer comunicação eficaz - seja uma conversa privada ou midiaticizada⁸ - se liga às crenças do destinatário. O livro de Manheim foi publicado em Praga, Viena e Leipzig em 1933. Em 1936, foi traduzido por Francisco Ayala em espanhol como *La Opinión Pública*⁹. Conta-se¹⁰ que com o dinheiro da venda de direitos autorais pela *Editorial Revista de Derecho Privado*, Manheim conseguiu comprar seu traslado do Reino Unido para os Estados Unidos. A obra nunca foi traduzida para o inglês ou português. O tema abordado em seu primeiro livro foi revisado e altamente elogiado em muitas revistas científicas alemãs por historiadores, sociólogos e economistas; no entanto, deixara de ser um

⁷ (LAZARSELD, 1940)

⁸ É o primeiro autor a utilizar a dicção midiaticização (“media-tisierung”).

⁹ (MANHEIM, 1936a).

¹⁰ Encontrado em uma das cartas arquivadas no *Max Kade Center* da Universidade de Kansas, digitalizada por um dos pesquisadores deste artigo. A carta revela que parte dos direitos autorais não havia sido paga no prazo estipulado pelo contrato editorial.

tópico de pesquisa independente depois do 1933, quando a noção de opinião pública viera a se tornar uma questão tratada pelo Ministério da Propaganda germânico.

Os dados de Manheim em *Opinião Pública* eram diferentes daqueles que Paul Felix Lazarsfeld utilizou. Manheim usou dados históricos, artigos de jornal e narrativas sobre o comportamento comunicativo dos maçons e dos nobres nos salões da início do século XVIII em diante. Lazarsfeld, entretanto, utilizou o método que viera a se tornar padrões de entrevistas qualitativas, por mais que seu foco tenha sido análises quantitativas em boa parte de sua carreira. Além da perspectiva histórica, Manheim desenvolveu dois tipos de análises de publicidade (tratado como ato kantiano¹¹ de “publicizar”, não o de *advertising* - propaganda eletrônica), a saber: “publicidade qualitativa” e “publicidade pluralista”. A dicção “publicidade qualitativa” é aplicável tanto em sistemas totalitários quanto em comunidades consensuais, que consideram seus expoentes políticos como legítimos.

Nos domínios da “publicidade qualitativa” o destinatário, ou seja, o receptor de qualquer mensagem, compartilha a concepção geral do mundo do orador. Somente as “verdades” que correspondem a esta concepção do mundo têm o direito de ser divulgadas. Após 1933, os sociólogos alemães submeteram exatamente estes aspectos à sua doutrina de propaganda pró-nazista. Eles recomendaram que uma propaganda “boa” não prejudicaria o sistema de valores dos destinatários. Em *Opinião Pública*, Ernest Manheim concordou que novos conteúdos de comunicação tinham que se ligar aos pontos de vista existentes para iniciar uma comunicação [eficaz]. Se a comunicação totalitária teria que se ligar às intenções em curso para obter um *feedback* positivo, mister seria descobrir quais conceitos da antiga sociedade da República de Weimar reaparecem na comunicação do “Terceiro Reich”. Conseqüentemente, o sucesso da propaganda nazista não poderia mais ser tomado como mera doutrinação. Outro ponto de discussão seria, de acordo com Manheim, a vontade de serem guiados dos destinatários e assim manterem uma área de totalitarismo. Pode ter sido um processo inconsciente: os publicitários (comunicadores), ou seja, os nazistas, começaram a integrar os pontos de vista do público - por exemplo, o desejo de estabilidade política e ordem, de crescimento econômico e de autoestima nacional - em suas estratégias de propaganda. Com a ajuda desta antecipação dos desejos do público, o Partido Nazista foi capaz de cambiar como um partido radical menor para uma organização de massa, conforme Ernest Manheim

¹¹ Em *Opinião Pública*, Manheim adere o conceito de publicidade de Immanuel Kant (IMMANUEL, 2020), melhor expresso em *Zum ewigen Frieden* (À Paz Perpétua, da Editora Vozes).

assinou em uma palestra por ocasião da reunião anual da *Associação Sociológica Americana* (ASA) em Seattle, no dia 27 de agosto de 1958¹².

Dezenove anos depois, em uma palestra para a *Sociedade Sociológica do Sudoeste* (SSSA) realizada em abril de 1939, Manheim tratou dos primeiros sucessos do Partido Nazista em sua propaganda e nas eleições entre 1928 e 1933. Um elemento do sucesso do Partido Nazista foi, segundo Manheim, o controle sobre as comunicações em grupo nas associações de alunos e estudantes. Enquanto o número de membros nas organizações juvenis dos principais partidos políticos estagnou por volta de 1930, o partido nazista – como Manheim destacara – foi capaz de, em um curto período, reunir em sua maioria jovens politicamente desinteressados. O sucesso de qualquer movimento totalitário depende da tomada de controle desses “canais privados e neutros”, pois uma mudança de opinião é mais fácil de ser alcançada através de contatos pessoais. Para Manheim, somente depois de ter sido convencido por uma pessoa respeitada (um Messias, atualiza-se), é que a propaganda através de jornais, filmes e rádio pode reforçar certas convicções. Manheim conclui que os nacional-socialistas utilizaram ambas as estratégias, a “propaganda íntima” e a “propaganda pública”:

Os nazistas lançaram sua campanha em duas frentes: no público, através de sua imprensa limitada e em suas reuniões abertas, por um lado, e na esfera íntima das organizações juvenis estreitamente unidas, por outro. Sua propaganda pública não foi eficaz até que eles conseguiram penetrar nas organizações juvenis amplamente difundidas (MANHEIM, 1936a, traduziu-se do espanhol).

As organizações juvenis trabalharam com base na experiência de publicidade individual, sendo a identificação política menos importante do que a identificação pessoal com o respectivo líder dos grupos. Quando Manheim versou sobre este tema, tomava como base os estudos sobre a “personalidade autoritária” do emigrado Instituto de Estudos Sociais de Frankfurt¹³. Em uma breve síntese, a “personalidade autoritária” tenta superar o complexo de inferioridade dos membros de um grupo, submetendo-lhes às autoridades e, ao mesmo tempo, depreciando tudo o que é estrangeiro ou desconhecido. A maturidade do conceito de experiência em grupo como elo social é mais bem aferida em anos depois:

¹² Organizado no GT *Sociologia da Comunicação e Opinião* por Raymond Augustine Bauer, Ernest Manheim apresentou a pesquisa “*The Formation of Public Opinion through Small Groups*”. Em 1939, Manheim publicou na revista *The Southwestern Social Science Quarterly* “*The role of small groups in the formation of public opinion*” que ainda não esboçava o paralelo analítico exposto (MANHEIM, 1939).

¹³ Manheim escreveu para o Instituto de Estudos Social de Frankfurt, muitos textos foram perdidos, mas parte deles foi publicada em *Beiträge zu einer Geschichte der autoritären Familie* (Contribuições para a História da Família Autoritária) (MANHEIM, 1936b).

O alcance da experiência social é definido pela percepção que o indivíduo pode obter através de sua participação no processo social; ao mesmo tempo, certas limitações de visão decorrem de bloqueios auto-impostos quando o indivíduo assume um papel e é por ele forçado a fazer opções características (MANHEIM, 2013).

Os movimentos fascistas e comunistas do século XIX e do início do século XX utilizavam distintos canais para a comunicação dentro e fora do grupo - a conversa pessoal dentro da célula política, a mídia com as massas - estratégias de comunicação que são muito diferentes daquelas utilizadas nas sociedades pluralistas, consta Manheim. Nas sociedades pluralistas, as instituições, bem como os governos, utilizam em parte os mesmos meios de comunicação para criar solidariedade entre seus seguidores, bem como para convencer seus inimigos políticos. As estratégias comunicativas deveras podem neutralizar-se, mutuamente. Manheim ilustrou isto com o seguinte fato:

Cada poder [militar] procura fortalecer seu combate moral e seu estado de preparação [para a guerra], bem como criar um clima descontraído de opinião no exterior, utilizando para ambos os esforços a mesma mídia pública. O *feedback* inevitável que ocorre quando a mídia transmite ambos os tipos de propaganda, para qualquer um dos lados, reduzem sua eficácia na medida em que deve passar pelos canais irrestritos acessíveis àqueles opostos (MANHEIM, 1936a, traduziu-se do espanhol).

Um público pode ser chamado de pluralista, de acordo com Manheim, se não oferecer necessariamente conteúdos de comunicação afirmativa. O público pluralista não requer, principalmente, uma análise do consenso em valores básicos - embora este consenso permaneça eficaz como diretriz moral - mas sim, a análise da diferença de pontos de vista políticos. O “xadrez” de Manheim para o conceito de pluralismo foi excepcional para a Alemanha de 1932/33. Os sociólogos alemães da comunicação de hoje acreditam que a tematização do público de Manheim poderia ter se tornado uma teoria promissora sob diferentes circunstâncias (AVERBECK-LIETZ, 2014). Sua tese potencializou-se quando considerada o prêmio de doutoramento *honoris causa* da Universidade de Leipzig no seu 100º aniversário nos anos 2000.

A sociologia da *Opinião Pública* de Manheim foi, principalmente, uma crítica à Sociologia do Conhecimento de seu primo mais velho, Karl Mannheim. Esta última sustenta que ambos - todos os conhecimentos diários e acadêmicos - são socialmente determinados; assim, as circunstâncias sociais determinam a forma de pensar. Educação e experiência a partir de única base mental, em grande parte inconsciente, que molda substancialmente a

percepção que a pessoa tem de si mesma, do mundo ao seu redor e molda sua visão sobre questões políticas e não políticas (MANNHEIM; KECSKEMETI, 1952). É com isto que Ernest Manheim concorda, especialmente visto na Introdução escrita por ele em um dos livros de mais sucesso de Mannheim (*Sociologia da Cultura*). Ele critica, no entanto, que esta teoria poderia revelar pontos de vista, mas isso não poderia explicar a *mudança de opiniões* (MANHEIM 1972).

Um indivíduo tem a habilidade de deixar seu grupo social e adotar novos pontos de vista. Este mecanismo só é compreensível quando se deixa de olhar - como Karl Mannheim - para o interior do conteúdo de textos de qualquer tipo, obras de arte, fotografias ou costumes populares e voltar-se para a *produção de sentidos e práticas de recepção* dessas mensagens. É a situação da recepção que decide sobre a formação da opinião de cada um, diz Ernest Manheim. Os sentidos surgem na consciência do remetente e do receptor. Os “efeitos esperados” são uma “parte constituinte da mensagem”, ao mesmo tempo “principalmente imprevisíveis”, escreveu Manheim em 1932. A perspectiva de Karl Mannheim, entretanto, limitou-se à produção do comunicador, a mensagem. Conseqüentemente, a Sociologia do Conhecimento era uma abstração limitada.

[...] esta Sociologia [do Conhecimento] da consciência trata, por assim dizer, do lado interior, do conteúdo da consciência, o ideológico interno, a estrutura ideológica interna do *corpus* publicitário, como assunto central. Daí o fundamental problema da situação do verdadeiro portador, o ímpeto social das declarações que se tornam documentáveis em seu significado e em seu espírito (MANHEIM, 1936a, traduziu-se do espanhol).

Para Manheim, o isolamento do conteúdo do pensamento dos atos que o transmitem - no pressuposto de que a comunicação das ideias é externa ao seu conteúdo e que estas não são afetadas pelos canais pelos quais chegam aos destinatários. Uma opinião expressa reflete não apenas a situação social do orador, mas também a de seus ouvintes e a natureza dos meios de comunicação que ele utiliza. A mensagem não é a mesma quando é dirigida a públicos estruturados de forma diferente através de variadas mídias. A crítica é salientada *Opinião Pública* porque a Sociologia do Conhecimento de Karl Mannheim não tematizava o processo das mensagens, bem como seus aspectos psíquicos e técnicos - não podendo, assim, resolver a expectativa do público pelo comunicador e, portanto, não poderia elucidar as circunstâncias dos efeitos que a propaganda teria até então. Não foi apenas Ernest Manheim quem reprovou Karl Mannheim por ter negligenciado o ato de comunicação. Esta crítica veio também - tardiamente, quarenta anos depois - dos sociólogos Ilja Srubar, René König e Kurt H. Wolff

que editaram muitos dos manuscritos de Karl Mannheim (ENDRESS; SRUBAR, 2013; SRUBAR, 2000). Ernest Mannheim parecia certo ao assumir que ele próprio seguiu mais ou menos a mesma direção indicada na Sociologia do Conhecimento de Karl Mannheim.

Enquanto lecionava Sociologia na Universidade de Heidelberg em 1928/29, Karl Mannheim também lecionou no Instituto de Jornalismo (AVERBECK 1999, p. 226-238). Esta foi a única fase de sua carreira acadêmica em que lidou com os efeitos da imprensa. A atividade de comunicação científica não se refletiu nas publicações de Karl Mannheim. Os *insights* de suas conferências, no entanto, sobreviveram. Em 1928, sua máxima para seus estudantes de Heidelberg girava em torno de que não havia pensamento isolado, somente existe através da linguagem, do discurso ligado ao pensamento dos outros. Nesse mesmo sentido, podemos ler o que Ernest Manheim escreveu em 1972: “A comunicação é o ambiente dos produtos mentais” (MANHEIM, 1972, traduziu-se).

Pensar e falar são fundamentalmente entrelaçados. Em 1928, Karl Mannheim compartilhara com seu estudante que a formação de uma opinião pelo público tem as seguintes fases:

- 1 - esperar (o medo de nadar contra a maré);
- 2 - aventar (a troca de pontos de vista em conversas particulares; a formação de grupos e opiniões);
- 3 - pronunciar-se (especialmente personalidades autoconfiantes começam a expressar suas opiniões).

Ernest Manheim não sabia nem que este primo mais velho ensinava no Instituto de Jornalismo de Heidelberg; mas, os dois partiram da premissa de que toda percepção da realidade é filtrada biograficamente. É, portanto, notório que ambos, Ernest Manheim e Karl Mannheim, desenvolveram uma abordagem recepcionista orientada para a formação de opinião, enquanto prevaleceram as abordagens orientadas para o comunicador. As abordagens orientadas ao comunicador, de fato, se adequaram à visão idealista da Sociologia alemã em sua origem. Manheim distinguia-se crendo que a reivindicação de idealismo filosófico, de que o social constitui emanações de ideias cuja evolução é inerente, constitui o meio de continuidade na história.

De acordo com a perspectiva amplamente defendida nos anos 1920-30, os produtores de “ideias” foram as grandes personalidades históricas e - em pequena medida as elites sociais, também os jornalistas, em sua função pedagógica dos trabalhadores industriais. Um foco tão forte nas tarefas educacionais dos comunicadores não era, naquela época,

predominante nos Estados Unidos, onde sociólogos como Albion Woodbury Small, Edward Elsworth Ross e William Graham Sumner publicaram suas teorias sobre a imprensa. Teria tido espaço para Ernest Manheim expor sua abordagem sociológica do início dos anos 30 à Sociologia dos EEUU. Mesmo antes de ir para os EUA, apresentara foco empírico e “sociopsicologicamente” orientado. Na Alemanha, não era de modo algum um prodígio, mas pertencia, junto com Theodor Geiger, Karl Mannheim e outros, a uma geração mais jovem de sociólogos que queriam libertar a Sociologia alemã de sua tradição filosófica.

Manheim não apenas abriu a própria abordagem à Sociologia estadunidense, mas também manteve as diretrizes que ele havia elaborado na Alemanha, que são: Sociologia da Comunicação, Sociologia do Conhecimento, Funcionalismo, Historicismo, Psicologia Social. Isso pode ser expresso na síntese dos principais termos contidos em *Opinião Pública* na tradução de Francisco Ayala para o espanhol:



Figura 1: Palavras mais frequentes na obra *La Opinión Pública* (MANHEIM, 1936a)

Elaborado pelo autor no software Atlas.ti

As “explicações funcionais”, segundo Manheim, são o contrário das “explicações causais”: “As funções são modos de dependência”. “Explicações funcionais” catálogo interdependência como “sistemas sociais” (MANHEIM, 1936a). Com esta abordagem, Manheim diferencia-se de Talcott Parsons e Bronislaw Malinowski, que acreditavam na teoria do funcionalismo estrutural baseado na estabilidade. A tese de Manheim versava em vez de tratar os sistemas como as explicações e funções como a exposição de motivos, o procedimento inverso como indicado, passando das funções como o ponto de partida original para a construção de modelos de sistemas. A estabilidade ou “estrutura” dos sistemas é a

abstração de um sociólogo - na verdade, as funções dentro do processo social variam continuamente, acredita Manheim.

Manheim obteve seu doutoramento na Universidade de Londres com o título de *Risk and Security in Primitive Society*, com a tutoria de Malinowski. Suas fontes foram os relatos de viagem e documentos missionários sobre a vida do *Nama*, um povo que vive no deserto da Namíbia. Neste campo etnológico, Manheim reuniu o conhecimento sociológico e a reivindicação sociopsicológica, bem como sua exigência favorita de que o sociólogo tivesse que considerar as condições históricas de seus objetos examinados. Manheim criticou veementemente o funcionalismo anistórico de seu professor Malinowski. Manheim pressupôs que o comportamento do *Nama* em relação ao risco e à segurança só era compreensível se se levasse em conta seu comportamento tradicional, historicamente crescido em relação às autoridades. Em comparação com suas experiências anteriores, o seguinte padrão de comportamento foi muito eficaz:

Poucos membros cuidadosamente selecionados da tribo têm permissão para tomar decisões em situações críticas, por exemplo, seca e guerra, e atuam como uma cooperativa próxima. As atividades cotidianas de baixo risco, como a criação de gado ou a preparação de alimentos, estão sendo realizadas por muitos e de forma descentralizada. (MANHEIM, 1937, traduziu-se do inglês).

As pessoas de autoridade são responsáveis pela segurança (BAHMAIE 1997), por assim dizer: “Mesmo os símbolos de segurança e autoridade tendem a coincidir”, observou Manheim.

O fator “autoridade” foi, e o mesmo se aplica às sociedades modernas, antes de tudo uma constante antropológica, não política. Manheim se opôs às “teorias do conflito” dos anos 60 por Lewis Coser ou mesmo Ralph Dahrendorf, dizendo que a hipótese sugerida difere do ponto de vista do conflito, na medida em que traça a autoridade legítima para funções sociais consideradas indispensáveis, e que trata o poder como a exposição de motivos e não como os explicadores. As teorias de conflito, segundo Manheim, não tomaram nota o suficiente da exigência tipicamente humana de autoridade legítima. Salienta-se sua atenção para o sociólogo alemão Max Weber, que disse no início deste século que os seres humanos tendem a se submeter às regras legítimas. Manheim disse a um dos pesquisadores deste artigo no verão de 1995 que Weber foi o sociólogo que mais a ele ensinou: “Weber era historiador e estudioso, que encontrou condições análogas em condições diferentes, fases isoladas de nossa história. Essa foi a fonte de sua produtividade” (AVERBECK, 1999).

Ernest Manheim também estava interessado no caso histórico e em suas semelhanças ou diferenças com os sucessores. O caso histórico poderia ser usado para desenvolver hipóteses de trabalho que deverão ser examinadas com os meios da ciência social empírica. Além disso, os dados históricos são relevantes como “fontes secundárias” na pesquisa de longo prazo. Nem a vida útil de um sociólogo, nem o período fundamentado são suficientes para coletar dados abrangentes para a mudança social. Disse Manheim: “Não se pode estudar a institucionalização de uma seita ou a estabilização de um regime revolucionário sem utilizar indicadores de condições antecedentes”. (AVERBECK, 1999).

Conclusão

O método empreendido por Manheim nas análises documentais sobre os membros de grupos e organizações dos séculos XVIII e XIX alicerça a importância da escrita como historiografia e hermenêutica para compreensão das mudanças da mídia. Em sua longa vida como sociólogo, Ernest Manheim também experimentou as “condições antecedentes” da própria Sociologia, sua origem filosófica. Tendo sido capaz de observar a impotência de uma teoria idealista contra a realidade política na Alemanha, ele destaca sua pesquisa empírica sobre a realidade nos EUA - sem ter que omitir a teoria. Conforme a este artigo definir o trabalho de Manheim como uma pragmática abordagem histórica ao método, bem como uma abordagem crítica às teorias as quais ele mesmo vivenciou junto ao seu primo mais velho, como a Teoria do Conhecimento.

O Sociólogo exorta à inclusão da Sociologia usando um objeto mais aproximado da realidade dos fatos que essa mesma expressa e sobre os quais debruça seus estudos. O princípio material dessa pesquisa tange a realidade (o fato) que o seu objeto não somente expressa, mas também externa, não importa quando, onde ou que atores relacionados estejam. Manheim orienta a necessidade de o estudo da Sociologia inserir-se empiricamente no contexto dos meios, especificamente das empresas jornalísticas, a fim de que estes estudos proponham um espelho, um reflexo ou um anúncio dos acontecimentos e da existência acerca dos fatos.

A socialização pública como um tema de investigação de ordem sociológica no sentido restrito é explorada em seu contexto histórico como materiais empíricos importantes. Manheim organiza o livro da seguinte forma: a primeira parte e a segunda parte são dedicadas a uma análise histórica. Na parte seguinte, contribui com análise da criação formal-

sociológica, no âmbito do século XIX, da publicidade romântica e conservadora e da mais tardia situação parlamentarista serão examinadas posteriormente.

Manheim (1933) deixa brechas para pesquisas no futuro do modo de funcionamento da comunicação pública, incluindo a comunicação persuasiva ao expor características não lineares sobre o que denomina de *esfera pública qualitativa*. Em uma esfera pública, o caráter *transcendental* também a construção de ideias e valores comuns relacionadas à opinião pública. Nas leituras do autor acerca dos grupos de confrarias, a adesão a ideias de um líder é negociada por um acordo deliberativo entre os membros que orientam suas ações comunicativamente. Manheim crê num terceiro tipo de adesões de ideias a um público, o caráter *pluralista*, permeado de questões polêmicas-conflitantes o qual uma comunicação mais estratégia seria capaz de solucionar os eventuais conflitos de interesse.

Averbeck-Lietz (1999), pioneira nos desdobramentos dos escritos de Ernest Manheim, e Cavalcante (2019) compreendem que o Sociólogo antecipou as questões de Jürgen Habermas¹⁴ acerca das esferas público-privadas burguesas e da própria ideia de ação comunicativa desenvolvida posteriormente a *The Structural Transformation of the Public Sphere* - fonte para investigações futuras, em especial do tocante aos conceitos de experiência e *enquadres* em grupos midiáticos.

REFERÊNCIAS

AVERBECK, S. Sozialwissenschaftliche Diagnosen in der Weimarer Republik. In **Zerfall der Öffentlichkeit**. Otfried Jarren, Roger Blum, Kurt Imhof (eds.): Zerfall der Öffentlichkeit. Wiesbaden: Springer, 2000. p 97-112.

AVERBECK, S. Ernst Manheim (geb. 1900): Von der „Logik des konkreten Begriffs“ zu „Functional Explanations“. In: **Jahrbuch für Soziologiegeschichte 1995**. [s.l.] Wiesbaden: Springer, 1999. p. 9–24.

AVERBECK, S. **Kommunikation als Prozess**. Soziologische Perspektiven in der Zeitungswissenschaft 1927-1934. Münster: LIT, 1999.

¹⁴ Habermas insere em suas referências bibliográficas em *The Structural Transformation of the Public Sphere* a obra de Ernest Manheim em 1933. O autor não credita, entretanto, ao escritor, que conceitos semelhantes acerca das esferas públicas e privadas já tivessem sido desenvolvidos pelo Sociólogo.

- AVERBECK-LIETZ, S. Understanding mediatization in first modernity: sociological classics and their perspectives on mediatized societies. In Knut Lundby (ed.): **Mediatization of communication**. Handbook. Berlin, New York: De Gruyter-Mouton, 2014. p.109-130.
- AVERBECK-LIETZ, S.. From Newspaper Science to " NS-Führungswissenschaft": How the discipline of newspaper studies in Germany adopted to the Nazi Regime/Da ciencia do periodico a " ciencia da lideranca nacional-socialista": como os estudos de imprensa adotaram o regime nazista na Alemanha. **Revista Famecos-Mídia, Cultura e Tecnologia**, v. 21, n. 2, p. 418-438, 2014. BAHMEIE, H. Sicherheit, Autorität und Gesellschaft. Ernst Manheims Londoner Dissertation. In Elisabeth Welzig: Die Bewältigung der Mitte. Ernest Manheim. Soziologe und Anthropologe. Wien, Böhlau, 1997.
- BAVEREZ, N. **Raymond Aron Un Moraliste au Temps des Idéologies**. Perrin, 2006.
- CAVALCANTE, F. L. N. **Vínculos de ancoragens e enquadramentos temáticos: olhares itinerantes às interações midiaticizadas em grupo**. Tese (Doutorado em Estudos da Mídia)—Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2019.
- ELIAS, N. **Brief von Norbert Elias an Ernest Manheim in Kansas City, Mo. London, am 9. September 1938**, 9 set. 1938. Disponível em: <http://agso.uni-graz.at/manheim/dt/4_gb/elias.htm>. Acesso em: 20 jun. 2021
- ENDRESS, M.; SRUBAR, I. **Karl Mannheims Analyse der Moderne: Mannheims erste Frankfurter Vorlesung von 1930. Edition und Studien**. [s.l.] Springer-Verlag, 2013.
- IMMANUEL, K. **À paz perpétua: um projeto filosófico**. Petrópolis: Vozes, 2020.
- LAZARSELD, P. F. **Radio and the printed page: An Introduction to the Study of Radio and Its Role in the Communication of Ideas**. New York: Duell, Sloan and Pearce, 1940.
- MANHEIM, E. **Zur Logik des konkreten Begriffs**. München: C.H. Beck, 1930.
- MANHEIM, E. **La Opinión Pública**. Madrid: Editorial Revista de Derecho Privado, 1936a.
- MANHEIM, E. Beiträge zu einer Geschichte der autoritären Familie. In M. Horkheimer (Ed.), **Studien über Autorität und Familie. Forschungsberichte aus dem Institut für Sozialforschung**, Paris Librairie Félix Alcan, 1936, p. 523-573., 1936b.
- MANHEIM, E. Risk and security in primitive society. **Diss. London School of Economics**, 1937 [tese não publicada].
- MANHEIM, E. The role of small groups in the formation of public opinion. **The Southwestern Social Science Quarterly**, p. 276–282, 1939.
- MANHEIM, E. The sociology of knowledge reconsidered. **Kansas Journal of Sociology**, p. 177–180, 1972.

MANNHEIM, K.; KECSKEMETI, P. **Essays on the sociology of knowledge**. London: Routledge & Paul, 1952.

SRUBAR, I. Mannheim und die Postmodernen. *In: Karl Mannheims Analyse der Moderne*. [s.l.] Wiesbaden, Springer, 2000. p. 353–370.

WELZIG, E. Die Bewältigung der Mitte. Ernst Manheim. Soziologe und Anthropologe. Wien, Böhlau 1997.