

REALIZAÇÃO



ppgCom
Programa de Pós-Graduação
em Comunicação, Cultura e Arte da UFPA

Caderno de Resenhas



Caderno de Resenhas produzido pelos alunos da Turma de 2011 do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia durante a disciplina de Teorias da Comunicação, ofertada no segundo semestre de 2011.

ORIENTAÇÃO

Profa. Dra. Maria Ataíde Malcher

MONITORIA

Leandro Raphael Nascimento de Paula

CORPO EDITORIAL

Clareana Oliveira Rodrigues

Edenice Pereira da Silva

Everaldo de Souza Cordeiro

Evelyn Ferreira

Fernanda Chocron Miranda

Gleidson Wirllen Bezerra Gomes

Leandro Raphael Nascimento de Paula

Maria Ataíde Malcher

Suzana Cunha Lopes

Talita Cristina Araújo Baena

Thiane de Nazaré Monteiro Neves

Vanessa Brasil de Carvalho

REVISÃO

Gleidson Wirllen Bezerra Gomes

Leandro Raphael Nascimento de Paula

Everaldo de Souza Cordeiro

EDIÇÃO

Fernanda Chocron Miranda

Gleidson Wirllen Bezerra Gomes

Leandro Raphael Nascimento de Paula

IDENTIDADE VISUAL

Rose Pepe



Apresentação

Este Caderno de Resenhas representa um desafio lançado durante a disciplina de Teorias da Comunicação, pela professora Maria Ataíde Malcher, aos mestrandos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA).

Partindo da leitura da obra de Mauro Wolf (1995), "Teorias da Comunicação" (4ª edição publicada em 1995, em Português de Portugal), e das discussões realizadas durante as aulas, fomos estimulados a produzir resenhas críticas sobre diferentes aspectos do livro.

Assim, esta pequena coletânea reúne os primeiros esforços de um exercício de reflexão e crítica sobre as Teorias da Comunicação de massa e traz as marcas do percurso dos primeiros meses de aula da turma de 2011. Nesse sentido, esperamos que essa leitura seja uma oportunidade de compartilhar ideias e receber críticas e sugestões para o aprimoramento deste exercício ainda primário e que está só começando.

A princípio, a proposta é que os textos instiguem e estimulem a leitura da obra de Wolf entre os alunos da graduação em Comunicação Social da UFPA. No entanto, esta experiência reflexiva destina-se a todos aqueles que, como nós, acreditam que sempre há algo a aprender.

Boa leitura!

Turma 2011
PPGCom Comunicação, Cultura e Amazônia



(...) os mass media constituem simultaneamente um importantíssimo sector industrial, um universo simbólico objecto de um consumo maciço, um investimento tecnológico em contínua expansão, uma experiência individual quotidiana, um terreno de confronto político, um sistema de intervenção cultural e de agregação social, uma maneira de passar o tempo, etc. (WOLF, 1995, p. 11)



Sumário

- 07 **Um passeio por “Teorias da Comunicação”**
Vanessa Brasil de Carvalho
- 15 **A busca do outro nas Comunicações de Massa: o tema dos efeitos**
Clareana Oliveira Rodrigues
- 22 **O caminho da teoria crítica: de Horkheimer a Habermas**
Edenice Pereira da Silva
- 29 **A cultura de massa, a sociologia da cultura e a virada nas pesquisas em Comunicação**
Talita Cristina Araújo Baena
- 35 **Pensando os estudos culturais**
Everaldo de Souza Cordeiro
- 43 **Teoria e prática da pesquisa em Comunicação**
Suzana Cunha Lopes
- 51 **(In)Conclusão: Uma possível leitura...**



Um passeio por “Teorias da Comunicação”

Vanessa Brasil de Carvalho

Vanessa

Qual o objeto da Comunicação? Quais são as Teorias da Comunicação? O que é afinal de contas Comunicação? Essas perguntas são frequentes no campo da Comunicação, para utilizar o conceito de Bourdieu, e de forma alguma, são despropositadas. São perguntas pertinentes que, de tão contundentes, ainda são temas de discussões em nossos cursos de Pós-Graduação, nos livros de nossos autores mais reconhecidos, em nossos Congressos e Seminários mais renomados – e mesmo assim ainda temos dúvidas sobre o nosso objeto e quantas são, efetivamente, as nossas teorias.

De acordo com Martino (2006, p. 44) a diversidade da comunicação é consenso, seja nos objetos, nas metodologias, nos temas, etc. Por isso, “a idéia de representar o campo comunicacional parece se colocar de forma contraditória com a expectativa criada pelo pensamento complexo e disseminada com o pensamento interdisciplinar” (MARTINO, 2006, p. 44). Isso deve nos estimular a buscar, senão respostas, pelo menos mais perguntas para que consigamos discutir o tema mais profundamente. E este texto vem nesse sentido, não de discutir profundamente uma questão ainda longe de ser respondida, mas de tentar levantar alguns pontos para serem refletidos.

Mauro Wolf, em sua obra “Teorias da Comunicação”, nos diz que a crítica mais difundida refere-se à impossibilidade de se conseguir uma síntese significativa dos conhecimentos acumulados na área, que formem um conjunto coerente (WOLF, 1995, p. 12). Por isso, nessa obra, ele busca analisar os principais modelos teóricos e os âmbitos da pesquisa que caracterizaram o estudo dos *mass media*. Dividido em três partes, o livro traz discussões sobre a relação entre as Teorias Norte Americanas e Européia da Comunicação, a questão da convergência de estudos em torno da informação e ainda as tendências que têm como foco os efeitos a longo prazo. Esse apanhado é feito por uma visão das próprias teorias ou pensamentos que estavam em voga em determinado período e apresentam um resumo interessante e didático sobre os estudos em Comunicação no século XX. Daí essa ser uma obra referência da área.

Nesse sentido, Wolf diz que a evolução da *communication research* pode ser apresentada, dentre outras formas, pelas linhas relacionadas ao objeto das teorias



(por vezes os próprios meios de comunicação de massa) ou pela cultura de massa. Assim, esta resenha centra-se nas questões relativas aos meios, de forma a tentar entender algumas posturas teóricas das correntes apresentadas e quais as suas semelhanças e disparidades.

Americanos X Europeus ou Americanos & Europeus?

“Os meios de comunicação são rodas de fiar do mundo moderno e, ao usar esses meios, os seres humanos fabricam teias de significação para si mesmos”. Isso é o que diz Thompson (2009, p. 20) ao falar da comunicação em seu aspecto técnico, lembrando que tal aspecto é uma reelaboração do caráter simbólico da vida social, uma reorganização dos meios pelos quais a informação e o conteúdo simbólico são produzidos e intercambiados no mundo social e uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si.

Assim, a comunicação não é técnica pela técnica. É o uso que se faz dessa técnica na vida social, pois, como diz Martín-Barbero (2001), nós devemos centrar nossas discussões hoje mais nas mediações do que nos meios, para passarmos a olhar o mesmo processo de comunicação de outro ponto de vista – e assim tentar entender (e estudar) o todo. Inclusive porque as técnicas podem ser homogêneas, mas o mundo é heterogêneo, e se a informação é mundial hoje, os receptores jamais o são (WOLTON, 2006, p. 19).

Mas para que hoje tais concepções possam ser pensadas dessa forma, muitos foram os passos percorridos. Desde Wright, que dizia que “cada elemento do público é pessoal e directamente ‘atingido’ pela mensagem” (WRIGHT *apud* Wolf, 1995, p. 20) até a postura de Martín-Barbero foram muitos os teóricos e as teorias para tentar entender a Comunicação.

A ideia da sociedade de massa, na qual os indivíduos estão imersos em uma multidão e ao mesmo tempo isolados uns dos outros, é o ponto de partida para as Teorias Norte Americanas da Comunicação. A **teoria hipodérmica**, por exemplo, segundo Wolf, é uma abordagem geral dos *mass media* indiferente à diversidade existente entre os vários meios e dos indivíduos inseridos no processo. Partindo do modelo comunicacional do estímulo- resposta, baseia-se na intenção do emissor em *transmitir* uma mensagem por meio de um canal para um receptor passivo que, ao receber o estímulo, age indiferentemente.

O modelo de Lasswell já insere mais variáveis no processo de comunicação,



e é quando são propostas as perguntas bases que devem ser respondidas para que a comunicação se estabeleça: quem, diz o quê, através de que canal, com que efeito.

É importante ressaltar, porém, que essas duas teorias apresentadas por Wolf são contextualizadas no período entre guerras mundiais, portanto, era ainda o primeiro contato dos meios de comunicação de massa e o seu público. Portanto, era também um primeiro momento para os estudos da comunicação tais como eles apresentavam-se, o que significou uma grande mudança, já que o desenvolvimento da mídia transformou a natureza da produção e do intercâmbio simbólicos no mundo moderno (THOMPSON, 2009, p. 19).

Além disso, Wolf também destaca que havia uma ligação dos meios com as trágicas experiências totalitárias da época e que as ideias propostas por esses autores foram elaboradas a partir de métodos de experimentação e observação. E, portanto, têm sim coerência a partir do seu contexto, inclusive porque foram relacionadas aos estudos empíricos – principalmente de campanhas – realizados à época.

Já as **abordagens empírico-experimental e empírica de campo ou “dos efeitos limitados”** acrescentam ainda mais variáveis nesse contexto. No primeiro caso, são inseridas as questões psicológicas dos receptores, como o interesse pela informação, a credibilidade do comunicador e a própria integralidade das argumentações, que interferem na recepção das mensagens dos *mass media* e, portanto, na recepção dessa mensagem. A abordagem “dos efeitos limitados” centra a sua atenção, por sua vez, no contexto social dos receptores, inserindo aí a questão dos líderes de opinião, e o seu foco está em verificar empiricamente a influência, não só dos *mass media*, mas também no âmbito maior das relações comunitárias – que incluem os meios de comunicação e as relações sociais do indivíduo. Vale destacar, porém, que o contexto dessas abordagens não era nem um pouco parecida com a nossa sociedade atual e sim em uma sociedade ainda em desenvolvimento no que diz respeito ao alcance e presença dos meios de comunicação.

A **teoria funcionalista**, por sua vez, dá destaque às funções exercidas pelas comunicações de massa no sistema social – especificamente no sistema capitalista – pois, para essa abordagem, existe um conjunto geral onde cada parte do todo tem uma função e o todo só funciona se todas as partes fizeram as suas funções corretamente. Assim, define que o campo de interesse dos *mass media* é a dinâmica do sistema social e parte do princípio do equilíbrio, e por isso é significativa, por passar (tentar) a pensar em um todo.



E é buscando pensar amplamente, nesse todo, que a **teoria crítica** europeia apresenta-se – de forma contrária às concepções da *mass communication research*, por tentar fundir o comportamento crítico nos confrontos com a ciência e a cultura com a proposta política de uma reorganização racional da sociedade como maneira de superar a crise da razão. Ainda no contexto das guerras mundiais, essa teoria buscava entender o processo como um todo e recaí, dessa forma, sobre o estudo da presença (inegável) do capitalismo nos processos de comunicação. Assim, um dos pontos de partida dos autores dessa teoria – Adorno e Horkheimer – é a análise do sistema da economia de mercado e daí surge o conceito de indústria cultural, que impõe a standardização e estereótipos que são de baixa qualidade por serem da massa.

Nessa teoria, porém, o indivíduo continua imerso em uma massa de pessoas indiferentes que apenas são estimuladas por um meio e/ou mensagem e que, a partir desse estímulo, executam uma ação prevista pelo emissor da mensagem. Dessa maneira, se apresenta aqui como essas várias teorias, apesar de terem focos diferenciados, ainda convergem para um denominador comum: o modelo de comunicação da teoria hipodérmica, baseado no estímulo-resposta.

Assim, as Teorias Norte Americanas e a teoria crítica, apesar de contrárias, apresentam pontos semelhantes. O emissor que possui um objetivo a ser atingido, o receptor-massa à espera de um estímulo, um contexto social pouco influente e o meio que serve de canal ou ferramenta para *transmitir* uma mensagem – e, portanto, um meio de se conseguir atingir o objetivo. Tais similaridades podem ser atribuídas a posicionamentos, a princípio, tão distantes, por conta do modelo comunicativo da qual ambas partem que era o modelo do estímulo-resposta.

Buscando olhar o todo, a teoria crítica centra-se no capitalismo e na luta de classes, tendo nessas variáveis o ponto de partida para toda a reflexão da teoria e da indústria cultural. Aqui, o controle social exercido pelos meios se mantém, mas não mais como economia de mercado no sentido de desenvolvimento – e sim como controle negativo que restringe a capacidade de reflexão dos indivíduos na sociedade.

Em outro contexto, Wolf aponta as **teorias comunicativas**, cujo modelo comunicativo é o da **teoria da informação**. Para esta, *comunicar* torna-se *transmitir*, de forma que existe uma transferência de informação da fonte para o destinatário da mesma forma que se efetua a transferência da energia do transmissor para o receptor.



Por isso, essa é uma teoria de transmissão de mensagens, na qual o que importava era a eficiência do processo.

Já os **modelos comunicativos semiótico-informacional** e **semiótico-textual** acrescentam a essa visão de transmissão de informação os fatores semânticos e textuais, em um sentido amplo, das mensagens. No primeiro caso, a mensagem precisa passar por processos de codificação e decodificação durante o processo comunicativo – e isso pode gerar algum ruído na comunicação e, portanto, devem ser observadas todas as dificuldades para que isso não aconteça. O modelo semiótico-textual, por sua vez, ainda amplia o seu olhar para os textos das mensagens que o destinatário recebe todos os dias, as quantidades desses textos e quais as relações que os indivíduos fazem a partir desses textos com as suas práticas textuais cotidianas.

O social nos estudos de comunicação

Paralelamente às questões e teorias americanas e da teoria crítica, se desenvolveu uma corrente francesa de estudo que propõe uma mudança bastante relevante. A **teoria culturoológica** estuda a cultura de massa distinguindo os seus elementos antropológicos e a relação entre consumidor e objeto de consumo. Assim, esta teoria não diz respeito diretamente aos *mass media* e sim aos efeitos sobre os destinatários, procurando definir a nova forma de cultura da sociedade contemporânea. Por isso, assim como a teoria crítica, procura entender a realidade do social em sua totalidade, porém, mais que o sistema, compreende a cultura de massa como um conjunto de cultura, civilização e história.

Relacionada a essa teoria estão os **cultural studies** que centram os seus interesses na análise de uma forma específica de processo social, relativa à atribuição de sentido à realidade, à evolução de uma cultura e de uma área comum de significados. Assim, os *mass media* desempenham uma *função* importante nesse contexto, pois agem de forma ativa na realidade e nas suas atribuições de sentido.

E aqui retomo as rodas de fiar de Thompson (2009), pois (também) é pelos *mass media* que tomamos conhecimento do mundo ao nosso redor e

se quisermos entender a natureza da modernidade – isto é, as características institucionais das sociedades modernas e as condições de vida criadas por ela – devemos



dar um lugar central ao desenvolvimento dos meios de comunicação e seu impacto (THOMPSON, 2009, p. 12).

Porque transmitir não é sinônimo de comunicar – ao contrário do que se pensava no passado. Comunicar é mais que produzir informação e distribuí-la, é também estar atento às condições em que o receptor a recebe, aceita, recusa e responde a ela. E nem seis milhões e meio de computadores poderiam assegurar uma melhor comunicação entre os homens (WOLTON, 2006, p. 16). Porque é preciso ir dos meios às mediações.

A construção da realidade: em busca do todo

E é nesse sentido que as novas tendências no estudo da Comunicação, para Wolf, trazem para a discussão outros temas, como a ideia de que os processos comunicativos são assimétricos, no sentido de que a relação entre os envolvidos é desigual e de que a comunicação é intencional – e não por acaso. Por isso, para o autor “as comunicações não intervêm directamente no comportamento explícito; *tendem*, isso sim, *a influenciar o modo como o destinatário organiza a sua imagem do ambiente*” (ROBERTS *apud* WOLF, 1995, p. 126).

Esses estudos buscam analisar o todo (também), procuram usar metodologias integradas e já dizem respeito aos efeitos, cumulativos e sedimentados no tempo. Porque agora o foco é nos estudos a longo prazo. Mas nesse caso, Lang Lang ressalta que os *mass media* exercem a influência que têm na medida em que são algo mais do que um simples canal (*apud* WOLF, 1995, p. 128). E aqui está a diferença para as outras teorias apresentadas na obra do autor.

A partir da ruptura, as variáveis inseridas no processo de comunicação só vão aumentando e se adensando, para mostrar que *transmitir*, realmente, não é *comunicar*. A **agenda-setting**, por exemplo, não pode dizer o que dizer sobre um assunto, mas, se trabalhada de uma certa forma, pode dizer *sobre* o que se deve ter uma opinião. Porque os meios não são mais vistos como onipotentes, as variáveis que interferem na *transmissão* da informação são muitas e só um bom canal não resolve o problema da comunicação.

Um aspecto que contribui para refletir essa complexidade cada vez maior pode ser a própria situação de produção – antes bem resolvida, com uma meta



delimitada e com efeitos quase que certos. Nos estudos sobre os *gatekeepers*, os emissores ganham consistência e são apresentados com vários aspectos – e não mais apenas estrategistas que se utilizam de um meio (técnico) de comunicação para obter um determinado efeito de um emissor. As condições de produção da notícia, os seus valores, as restrições das redações dos veículos de comunicação e, portanto, o *contexto de produção* passam a ser variáveis cada vez mais importantes no processo de comunicação e ganham mais força.

Assim, as relações com os meios e ao redor desses meios se tornam mais complexas nos estudos de comunicação. Começam a aparecer novas tendências que conflitam com a ideia de homem-massa e meio-canal, apesar dessas teorias clássicas ainda permanecerem até hoje. Há, então, uma busca maior em tentar enxergar a dimensão normativa e funcional dos meios, as suas duas faces e funções, de forma a tentar entender o todo – a técnica e também o contexto. E é essa busca pelas mediações, até porque “pensar a comunicação hoje é pensar a ligação entre os valores que estão na sua origem, as técnicas e o modelo democrático ocidental” (WOLTON, 1997, p. 10).

REFERÊNCIAS

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MARTINO, Luís C. Abordagem e representações do campo. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, v. 3, n.8, p. 33 – 54, nov. 2006.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 11 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Ed. Paulus, 2006.

_____. **Pensar a comunicação**. Portugal: Difusão Editorial S.A., 1997



A busca do outro nas Comunicações de Massa: o tema dos efeitos

Clareana Oliveira Rodrigues

Um importantíssimo setor industrial, um universo simbólico objeto de um consumo maciço, um investimento tecnológico em contínua expansão, uma experiência individual cotidiana, um terreno de confronto político, um sistema de intervenção cultural e de agregação social, uma maneira de passar o tempo, etc. Tudo isso se reflete naturalmente na forma de estudar um objeto que muda tantas vezes de forma (WOLF, 1995. p.11).

Clareana

Assim Mauro Wolf descreve, na introdução de seu livro, os desafios em pesquisar um objeto tão diverso como o da comunicação. A necessidade de definirmos a área temática de estudo e sua base doutrinária também foi colocada por Martino (2007), que aborda o questionamento “Quais as teorias da comunicação e porque as consideramos como tais?”.

Talvez nem todas as dúvidas sejam extintas nos diversos momentos de estudos sobre os meios de comunicação retratados por Mauro Wolf até o ano de 1985 (data da publicação da primeira edição do livro), mas entender cada paradigma que predominou em determinadas épocas, compreendendo seu contexto social, histórico e econômico, a teoria social pressuposta e o modelo de processo comunicativo que a teoria apresenta, é de fundamental importância, já que só vamos configurar nossa área se entendermos como os processos se constituem.

Para Wolton (2006), por exemplo, informar é produzir e distribuir mensagens livremente, já comunicar, incita um processo de apropriação:

Comunicar, portanto, não é apenas produzir uma informação e distribuí-la, é também estar atento as condições em que o receptor recebe, aceita, recusa, remodela, em função de seu horizonte cultural, político e filosófico, e como responde a ela (...) Transmitir não é sinônimo de comunicar (WOLTON, 2006, p. 16).



Nos estudos das Teorias da Comunicação, poderíamos responder, então, quais os conhecimentos absorvidos através dos *mass media*? Quais as características dos destinatários que interferem na obtenção de um efeito? Que efeito tem os *mass media* em uma sociedade de massa?

Na **teoria hipodérmica**, temos que “cada elemento do público é pessoal e diretamente ‘atingido’ pela mensagem” (WRIGHT *apud* WOLF, 1995. p. 20). Esta teoria foi o primeiro esforço analítico ante um período de difusão em larga escala das comunicações de massa no período entre duas guerras mundiais e aborda a “capacidade manipuladora” dos primeiros meios de comunicação da época.

Ao ver os indivíduos como “isolados, atomizados, separados e anônimos”, a teoria hipodérmica, inaugura os primeiros estudos de análise da audiência e dos efeitos. Os modelos comunicacionais de estímulo-resposta e, posteriormente, o lasswelliano de “quem, diz o que, através de que canal e com que efeito” estruturavam a pesquisa empírica e, conseqüentemente, o olhar para o fenômeno da comunicação.

Um ponto importante é o de que a audiência era concebida como um conjunto de classes etárias, de sexo, de casta, entre outros, e não daria atenção às relações que lhe estavam implícitas, já que neste paradigma essas características não influenciavam no resultado de uma campanha de propaganda, por exemplo. Posteriormente, Wolf aborda que quando a teoria tornou-se um modelo de pesquisa concreto, seus resultados contradiziam sua atitude de fundo. Foi verificado que as pessoas podiam decidir o que deviam ou não escutar e, mesmo quando escutavam, a comunicação podia não provocar qualquer efeito ou provocar efeitos opostos aos previstos.

Outra abordagem de pesquisa, derivada da teoria hipodérmica, a **abordagem empírico-experimental ou “da persuasão”**, começa a verificar a complexidade de elementos que entram em jogo na relação entre emissor, mensagem e destinatário.

Ao estudar as intervenções das características dos destinatários na obtenção do efeito, esta teoria tenta destruir com o imediatismo e a uniformidade dos efeitos e mede a sua amplitude pelo papel desempenhado pelos destinatários. Características psicológicas da audiência como o interesse em obter informações, a exposição, percepção e a memorização seletivas, entram em cena para formular ideias como a de que a comunicação de massa não modifica pontos de vista e sim reforça opiniões pré-existentes (KLAPPER *apud* WOLF, 1995), assim como a de que a audiência partilha dos mesmos pontos de vista dos emissores.

Neste paradigma também temos o grau de mensuração dos efeitos relacionados à mensagem. A credibilidade do comunicador, a ordem de argumentação, a integralidade das argumentações e as explicitações das conclusões são fatores



que interferem na apreensão da mensagem. Entretanto, é necessário entender que também para a abordagem empírico-experimental, os meios de comunicação podem exercer influência e persuadir.

Uma outra visão dos estudos dos efeitos pode ser verificada na **abordagem empírica de campo ou “dos efeitos limitados”**, mas antes de abordar o que ela vem trazer de referências para este estudo, vejamos o que Castells fala a respeito das diversas influências relacionadas a busca atual por uma identidade:

Nesse mundo de mudanças confusas e incontroladas, as pessoas tendem a reagrupar-se em termo de identidades primárias: religiosas, étnicas, territoriais, nacionais. O fundamentalismo religioso, cristão, islâmico, judeu, hindu e até budista (o que parece uma contradição de termos) provavelmente é a maior força de segurança pessoal e mobilização coletiva nestes anos conturbados. Em um mundo de fluxos globais de riqueza, poder e imagens; a busca pela identidade, coletiva ou individual, atribuída ou construída, toma-se a fonte básica de significado social (CASTELLS, 1999. p.23).

Retornando a abordagem empírica de campo, verificamos o estudo das composições diferenciadas dos públicos, de seus modelos de consumo de massa e das mediações sociais que caracterizam esse consumo, a teoria “dos efeitos limitados” verifica também a consistência e o alcance dos efeitos que as comunicações de massa obtêm. Com pesquisas relacionadas, por exemplo, ao entendimento do papel dos líderes de opinião e análise das estratificações dos grupos sociais que revelam hábitos de consumo, esta teoria verifica os efeitos de persuasão desde que as mensagens sejam estruturadas de uma forma adequada às características psicológicas dos destinatários ou, como afirma Dominique Wolton, a partir do princípio primordial da comunicação, o entendimento do processo de apropriação de cada um (WOLTON, 2006).

Buscando uma abordagem global dos meios de comunicação de massa no seu conjunto, a **teoria funcionalista** das comunicações de massa, foi considerada por Wolf como uma teoria de transição entre as teorias sobre os efeitos a curto prazo e as hipóteses posteriores sobre os efeitos a longo prazo (WOLF, 1995, p. 56).



Com o deslocamento da origem do efeito do conteúdo da mensagem para todo o contexto comunicativo (WOLF, 1995, p.68), temos uma mudança da forma como é encarada a atitude seletiva do receptor, considerada anteriormente como fator complicador no processo comunicativo, ela passa a ser tida como premissa para os efeitos.

Portanto, a associação entre satisfação de necessidade e escolha do meio de comunicação é relacionada nesta teoria com a adequação dos meios disponíveis para os fins que se pretende conseguir. “Os sistemas de expectativas do destinatário não só intervêm nos efeitos provocados pelos *mass media* como também regulam as próprias modalidades de exposição” (WOLF, 1995, p. 69). Dessa forma, verificamos que apesar das mudanças históricas, a perspectiva linear de comunicação ainda permanece.

O consumidor como objeto e não como sujeito. A perspectiva da **teoria crítica** aborda um indivíduo “em poder de uma sociedade que o manipula”. Para esta abordagem, os produtos da indústria cultural, pela sua própria constituição objetiva, paralisam a imaginação e a espontaneidade, impedem a atividade mental.

Os *mass media* compõem-se de vários significados sobrepostos uns aos outros e a estrutura multiestratificada das mensagens reflete a estratégia de manipulação da indústria cultural. O observador é, portanto, colocado continuamente, sem saber, na situação de absorver ordens, indicações e proibições.

Um ponto importante abordado por Wolf é a diferença entre teoria crítica e pesquisa administrativa, onde para a primeira, os *mass media* são instrumentos de reprodução de massa, que na liberdade aparente dos indivíduos, reproduzem as relações de força do aparelho econômico e social e, para segunda, são instrumentos utilizados para atingir determinados objetos. Dicotomia que perpassa toda a nossa sociedade, o ideal seria, para Wolf, que houvesse uma integração entre essas duas ideias.

Também formada por estudiosos que não se identificavam com a pesquisa administrativa, a **teoria culturológica**, estuda a cultura de massa distinguindo seus elementos antropológicos mais relevantes e a relação entre o consumidor e o objeto de consumo. Com uma elevada adaptação a públicos e contextos diversos, a cultura de massa é percebida como algo que não é autônomo e sim cercado por perspectivas históricas, nacionais e humanísticas. Dessa forma, os *mass media* podem funcionar como veículo para mensagens as mais diversas e encontrar os mais variados níveis de receptividade. São verificadas, diversas identidade dos valores de consumo.

Na perspectiva dos *cultural studies*,



as estruturas e os processos pelos quais as instituições das comunicações de massa mantém e reproduzem estabilidade social e cultural, devem ser estudados; isso não acontece de uma forma estática, ambas adaptando-se continuamente às pressões, às contradições que emergem da sociedade, englobando-as e integrando-as no próprio sistema cultural (WOLF, 1995, p. 96-97).

Portanto, verificamos os estudos sobre o consumo da comunicação de massa enquanto espaço de negociação entre práticas comunicativas extremamente diferenciadas e também possuem trabalhos sobre a produção dos *mass media* enquanto sistema complexo de práticas determinantes para a elaboração da cultura e da imagem da realidade social, isto é, leva-se em consideração o processo social.

Entre as **teorias comunicativas** podemos encontrar o modelo comunicativo da **teoria da informação**, em que a comunicação é vista como um processo de transmissão e seu objetivo é tentar melhorar a velocidade de transmissão de mensagens, diminuindo as suas distorções e aumentando o rendimento global do processo de transmissão da informação. Para esta teoria, todo o processo comunicativo se desenvolve neste esquema: transmissão da fonte de informação para o destinatário e eficiência do processo comunicativo.

Por fim, na teoria dos efeitos a longo prazo, uma das diferenças de paradigma está no estudo da cobertura global, por áreas temáticas, ao invés de casos singulares. Outras alterações estão na extração de dados por meio de metodologias integradas e complexas, ao invés de dados de entrevistas, e na observação da avaliação da reconstrução do processo pelo qual o indivíduo modifica a sua própria representação da realidade social em vez de verificar as mudanças as mudanças de atitude e de opinião.

Passando a verificar os efeitos cognitivos sobre os sistemas de conhecimento que o indivíduo assume e estrutura de uma forma estável devido ao consumo das comunicações de massa ao invés de atitudes, valores e comportamentos, esta teoria já não verifica os efeitos pontuais e sim cumulativos, sedimentados no tempo. Entretanto, ainda podemos ver a questão inicial do “poder” da comunicação de massa, como anteriormente.

Uma das manifestações desse controle está, por exemplo, na hipótese da **agenda-setting**, que tem como pressuposto a ideia de que “as pessoas têm de grande



parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos *mass media*” (SHAW *apud* WOLF, 1995. p. 130).

Entre os efeitos cognitivos, por exemplo, está a hipótese de que quanto menor é a experiência direta que as pessoas têm de uma determinada área temática, mais essa experiência dependerá dos *mass media*.

Em seu último capítulo, Wolf aborda especificamente os estudos sobre os emissores e sobre os processos produtivos nas comunicações de massa. Analisando os processos de filtragem que acontecem antes das informações serem colocadas aos destinatários, neste tema do controle da informação, há pesquisas que afirmam que na seleção, as preferências implícitas ao grupo de colegas (jornalistas e as próprias empresas que patrocinam as notícias) e ao sistema das fontes, predominam sobre as referências implícitas ao próprio público.

Ainda nessa perspectiva de controle da informação, os critérios de importância e noticiabilidade (*newsmaking*) estão pautados na redutibilidade relacionada ao pouco conhecimento que os jornalistas têm de seu público. Verificamos, portanto, o modelo hipodérmico se repetindo nas diversas teorias da comunicação apresentadas por Wolf.

E hoje? Que modelo de comunicação baseia nossas relações? Tomo novamente as palavras de Wolton (2006) para deixar uma “mensagem” final a você, “receptor”:

Na realidade, o receptor complica tudo, raramente está onde o esperamos, compreendendo, em geral, algo diferente do que lhe dizemos ou gostaríamos que compreendesse pelo som, pela imagem, pelo texto ou pelo dado(...) Grande ganhador da comunicação, ele logo relativiza o desempenho dela. Todos nós experimentamos isso quando recusamos escutar, ler ou ver aquilo que nos é exposto. Aliás, é esta liberdade do receptor que sempre explicou as *defasagens* na comunicação. O receptor online com a mensagem e o emissor, recebendo e aceitando o que lhe é dito, continua sendo o sonho de cada um, sobretudo quando somos nós que falamos (WOLTON, 2006, p.32).



Continuando sua reflexão, Wolton (2006) completa que em setenta anos de pesquisa em comunicação, o receptor não é facilmente manipulado pela mensagem, já que sendo endereçada a todo mundo, a mesma mensagem não é recebida da mesma maneira por todos.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.



Linha do Tempo

O Caminho da Teoria Crítica: De Horkheimer a Habermas

Edenice Pereira da Silva
Mestranda em Ciências da Comunicação no Programa Comunicação Cultural e Amazônia na Universidade Federal do Pará (UFPA)

Era uma vez uma escola...
...que começou a estudar os fenômenos sociais, em um contexto capitalista, de uma forma mais crítica...

...daí surgiu uma teoria que se conceitua como um paradigma radical crítico, que está...

“(...) intimamente ligado às reflexões sobre a cultura desenvolvidas pela filosofia clássica alemã. Este paradigma associa a pesquisa sociológica às reflexões filosóficas sobre a cultura, a ética, a psicologia e a psicanálise freudiana, opondo-se ao que considera ‘respostas simplistas’ do empirismo e das aferições matemáticas”. (TEMER, A. C. R. P; NERY, V. C. A., 2009, p. 85).

Mas, você sabe o que é crítica? Marcos Nobre, na obra Teoria Crítica, em 2004, diz que há vários sentidos para o termo “crítica” até mesmo na Teoria Crítica, porém o principal sentido é “o de que não é possível mostrar ‘como as coisas são’ senão a partir da perspectiva de ‘como deveriam ser’”. Resumindo: crítica é dizer o que é a partir do que ainda não é, mas que pode ser. (NOBRE, 2004, p. 9-10).



Felix Weil

1923 • Criação do Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt



Friedrich Pollock



Max Horkheimer

Fundadores do Instituto



Carl Grünberg

1º Diretor do Instituto

1924 -1928 • 2º Diretor do Instituto Revista de história do socialismo e do movimento operário

1930 • 3º Diretor do Instituto

Em 3 de fevereiro de 1923 foi fundado o Institut für Sozialforschung (Instituto de Pesquisa Social), afiliado à Universidade de Frankfurt, na Alemanha, que no ano seguinte fundou-se a sede. Este surgiu a partir da iniciativa do economista e cientista social **Felix Weil** (1898-1975), apoiado pelo também economista **Friedrich Pollock** (1894-1970) e pelo filósofo social **Max Horkheimer** (1895-1973). O centro foi inicialmente formado por um grupo de pesquisadores marxistas não-ortodoxos com o objetivo principal de promover, em âmbito universitário, investigações científicas a partir da obra de Karl Marx (1818-1883).

Felix Weil (1898-1975): Nasceu em Buenos Aires, na Argentina, e foi estudar desde criança na Alemanha. Tornou-se um cientista político marxista, que financiou o Instituto de Pesquisa Social, em Frankfurt. Morreu em 1975, em Dover, nos Estados Unidos.

Friedrich Pollock (1894-1970): Alemão que nasceu em 1894 em Friburgo. Era sociólogo e economista, e ficou conhecido pelos seus estudos sobre o capitalismo de Estado. Também elaborou a vertente econômica do projeto da Teoria Crítica. Morreu em 1970, em Montagnola, na Suíça.

Max Horkheimer (1895-1973): foi o principal diretor da Revista de Pesquisa Social desde o afastamento de Grünberg nos fins da década de 20. Nasceu em 1895 em Stuttgart, Alemanha, e morreu na cidade alemã Nuremberg, em 1973.

Kurt Albert Gerlach, sociólogo alemão, foi o nome escolhido para ser o primeiro diretor do Instituto, em virtude de ser um professor reconhecido na esfera universitária de Frankfurt. No entanto, morreu de diabetes no ano de fundação dessa Instituição.

O historiador **Carl Grünberg** (1861-1940) assumiu a direção do Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt em 1924. Ele já editava a importante publicação *Archiv für die Geschichte des Sozialismus und der Arbeiterbewegung* (**Arquivo para a história do socialismo e do movimento operário**).

A partir daí essa revista passou a ser o objeto principal de pesquisa nesse Instituto, com o foco na **história do socialismo e do movimento operário**, isto é, era uma documentação sobre crises do capitalismo. Porém, em 1928, o historiador ficou impossibilitado de prosseguir suas funções de professor e de diretor do Instituto, devido a um acidente vascular cerebral.

Após negociações, Horkheimer acumulou as duas funções (professor e diretor do Instituto de Frankfurt). Com isso, Max Horkheimer presidiu o Instituto de 1930 a 1958, o que fez registrar sua identidade a essa Escola, pois sua gestão se deu no período histórico marcado pelo nazismo (1933-45), pelo stalinismo (1924-53) e pela Segunda Guerra Mundial (1939-45).

A partir de Horkheimer gerou-se uma nova fase de estudos pautados no chamado **“materialismo interdisciplinar”**, isto é, com trabalhos construídos com bases em várias áreas, como psicologia, direito, economia, ciência política, etc.



Erich Fromm

1932 • Revista de Pesquisa Social e Pesquisadores

1933-1934 • Exílio do Instituto e seus pesquisadores; Percurso do Instituto de Frankfurt; Estudos de Filosofia e Ciências Sociais

1936 • Estudos sobre a Autoridade e Família



1937 • Teoria crítica e a teoria tradicional



Theodor Adorno

1947 • Dialética do Esclarecimento e Indústria Cultural

1950 • Retorno do Instituto à Alemanha: Escola de Frankfurt



Para apresentar a produção de pesquisas interdisciplinares, Horkheimer fundou uma nova publicação: *Zeitschrift für Sozialforschung* (revista de Pesquisa Social), para abordar a crescente importância dos fenômenos de mídia e da cultura na formação de um modo de vida contemporâneo, ou seja, voltada para uma perspectiva sociológica.

O projeto foi amplo e contou com a participação de muitos pesquisadores, além de um dos fundadores, Friedrich Pollock, também os economistas Henryk Grossmann e Arkadij Gurland. Em ciência política e direito: Franz Neumann e Otto Kirchheimer; na crítica da cultura: Theodor Adorno, Leo Löwenthal e alguns anos depois Walter Benjamin; e em filosofia, além do próprio Horkheimer, Herbert Marcuse; e, em psicologia e psicanálise: Erich Fromm.

Em 1933, com a ascensão do nazismo ao poder na Alemanha, Horkheimer acabou exonerado de suas funções na Universidade e as instalações do Instituto em Frankfurt foram depredadas pelos nazistas. Logo, não foi mais possível publicar a revista de pesquisas, então, iniciou-se um longo exílio do Instituto e de alguns de seus pesquisadores.

O Instituto de Pesquisa transferiu-se para Genebra (Suíça), depois para Paris (França) até chegar a Nova York (Estados Unidos), em 1934. Nos Estados Unidos, Horkheimer instalou-se na Universidade de Columbia, onde pode continuar a publicar seus estudos.

Os pesquisadores de Frankfurt começaram a publicar juntos com grandes pesquisadores de Comunicação de Massa americana, mas não houve sucesso. Em Nova York a revista passou a ser publicada como “Estudos de Filosofia e Ciências Sociais”.

Ainda, em Nova York, Max Horkheimer e Erich Fromm publicam “Estudos sobre a Autoridade e Família”, que foi escrito quando ainda estavam na Europa. Este estudo aborda uma pesquisa sobre estrutura de personalidade dos operários.

Horkheimer publicou, nos Estados Unidos, o ensaio “Traditionelle und kritische Theorie” (A teoria crítica e a teoria tradicional), que se tornou uma das bases da teoria crítica.

Horkheimer e Adorno abandonaram o modelo do materialismo interdisciplinar e publicam a obra “Dialektik der Aufklärung” (Dialética do Esclarecimento), cujo tema central era questionar a concepção kantiana da razão libertadora. Também, vê-se a morte da razão kantiana, asfixiada pelas relações de produção capitalista. Retrata a onipotência do capitalismo (mito da modernidade) ressaltando: a deturpação das consciências individuais, narcotização da racionalidade, e indivíduo sem autodeterminação.

Nesta obra, de Horkheimer e Adorno, surgiu o termo “Indústria Cultural”, que visa substituir a expressão “cultura de massa”, que dava ideia de uma cultura vinda espontaneamente da própria massa. Visto que cultura de massa objetiva satisfazer aos interesses dos proprietários dos veículos de comunicação de massa, pois Adorno diz que a ideia de que os produtos da Indústria Cultural vêm do povo é equivocada, porque a Indústria Cultural, ao aspirar à integração vertical de seus consumidores, não apenas adapta seus produtos ao consumo das massas, mas também determina esse consumo.

Com a vitória dos aliados na 2ª Guerra Mundial (1939-45), em 1950 houve o retorno do Instituto e de seus pesquisadores à Alemanha. A partir daí o Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt passou a ser denominado “Escola de Frankfurt”. Logo, o objetivo era retomar a atividade de estudo e pesquisa para fundir o comportamento crítico nos confrontos com a ciência e a cultura, com a proposta política de uma reorganização racional da sociedade, de modo a superar a crise da razão.

A expressão *Escola de Frankfurt*, durante a década de 1950, justifica-se primeiramente pela forma que os estudiosos, principalmente os que retornaram à Alemanha após o final da 2ª Guerra Mundial, faziam uso da Teoria Crítica. E, também, o rótulo “Escola de Frankfurt” teve importância por ajudar fortalecer e aumentar as intervenções no debate público alemão das décadas de 50 e 60. Além disso, era importante buscar compreender a forma do capitalismo sob o novo contexto social, que foi chamado de “Estado de bem-estar social”, com as novas formas de produção industrial da cultura e da arte, e ainda com o trabalho acerca de temas clássicos da filosofia e da teoria social. Herbert Marcuse permaneceu nos Estados Unidos, no Estado da Califórnia.



Herbert Marcuse

1958 • 4º Diretor do Instituto

1960 • O Homem Unidimensional / Eros e Civilização

1967-1969 • Movimento Estudantil; Horkheimer se aposenta; Morte de Adorno

1970 • Expansão dos meios de comunicação; Continuação estudos baseados na Escola de Frankfurt

1973 • Morte de Horkheimer

1981 • Teoria da Ação Comunicativa



Jürgen Habermas

Theodor W. Adorno foi sucessor de Horkheimer, em 1958, na direção da chamada Escola de Frankfurt.

Nos anos 60 destacou-se também **Herbert Marcuse** (1898-1979), autor de *O Homem Unidimensional*, ou Ideologia da Sociedade Industrial; e de *Eros e Civilização*, que endossa a crítica ao racionalismo da sociedade moderna.

A **Teoria Crítica** passou a ter grande influência direta ou indireta sobre os movimentos estudantis, principalmente na Alemanha e nos Estados Unidos.

Também, em **1967**, Max Horkheimer se aposentou e deixou a Escola de Pesquisa.

Em **1969** morre Theodor W. Adorno, de problemas cardíacos, em Visp, na Suíça.

No Brasil e em toda a América Latina aumentam as empresas de comunicação e seu uso político na década de 70, assim, abriu espaço para **pesquisas centradas na Escola de Frankfurt**, isto é, analisam os meios de comunicação com base na **Teoria Crítica**, isto é, a partir do exame dos sistemas econômicos e da manipulação da informação. Dessa forma, muitos autores desenvolvem pesquisas na linha frankfurtiana, no Brasil e em vários lugares do mundo.

Morre Max Horkheimer na cidade alemã Nuremberg, em **1973**.

Em 1981, Habermas lança a obra **“Theorie des Kommunikativen Handelns (Teoria da Ação Comunicativa)**, retomando muitos aspectos do modelo crítico da obra **Teoria Tradicional e Teoria Crítica**, de Adorno e Horkheimer. Mas, Habermas propôs abrir mão da crítica a partir das ideias marxistas, pois para ele os conceitos originais da teoria crítica não são mais suficientemente críticos frente à realidade atual, fato que fez com que outros pesquisadores (que continuam na linha teórica crítica com base marxista) o criticassem.

4 Principais Teóricos da Teoria Crítica



Walter Benjamin

Walter Benjamin (1892-1940): Os traços biográficos e o perfil humano de Walter Benjamin são os mais conhecidos entre esses quatro pensadores de Frankfurt. Suicidou-se, aos 48 anos. Deixou marca indelével entre os amigos, fazendo com que surgissem muitos depoimentos sobre sua vida e sobre sua personalidade.

Max Horkheimer (1895-1973): Max Horkheimer foi o principal diretor da Revista de Pesquisa Social desde o afastamento de Grünberg nos fins da década de 20. Nasceu em 1895, em Stuttgart, na Alemanha, e morreu em 1973 na cidade alemã Nuremberg.

Theodor Adorno (1903-1969): Nasceu em 1903, em Frankfurt, cidade onde fez seus primeiros estudos e em cuja universidade se graduou em filosofia. Em 1933, com a tomada do poder pelos nazistas, Adorno foi obrigado a refugiar-se na Inglaterra, onde passou a lecionar na Universidade Oxford, até 1937. Em 1947, Adorno e Horkheimer criaram a expressão “Indústria Cultural”. Morreu de problemas cardíacos em 1969, em Visp, na Suíça.

Jürgen Habermas (1929): Natural de Düsseldorf, na Alemanha. Da mesma forma que quase todos os intelectuais de sua geração, Habermas também observou o nacional-socialismo como ponto de partida para suas considerações, sua teoria acadêmica e todos os seus comentários sobre a política contemporânea.



Talita

A cultura de massa, a sociologia da cultura e a virada nas pesquisas em Comunicação

Talita Cristina Araújo Baena

Embora a versão portuguesa da obra de Wolf sobre os meios de comunicação de massa, nos conduza a um texto no qual as semelhanças entre os idiomas (Brasil/Portugal) parecem não ser tantas como se imaginava, tal obra apresenta um panorama histórico, uma análise do surgimento da *communication research*, bem como das teorias que abordaram a problemática do ato comunicativo a partir do advento dos meios de comunicação de massa, seja como objeto empírico, seja como objeto de estudo. No entanto, o que credencia a obra como uma das mais importantes para os estudos dos meios de comunicação no século XX é a ênfase no momento em que as pesquisas mudaram de direção, provocando novos enfoques para os estudos da cultura de massa, como por exemplo, a de uma sociologia da cultura, proposta por Edgar Morin.

Logo na introdução do livro, Wolf, resenhando a sua própria obra, aponta não só o que ele chama de ponto de viragem, que mais a frente iremos nos focar, mas também relata a trajetória das pesquisas, dividido-as em duas partes – a primeira referente à evolução da pesquisa sobre as comunicações de massa; e a segunda às novas tendências da pesquisa: os *mass media* e construção da realidade.

O quadro teórico apresentado por Wolf começa com a análise da primeira teoria sobre os meios de comunicação de massa – a **teoria hipodérmica**. Com um modelo comunicativo, baseado no behaviorismo que ficou conhecido como estímulo-resposta, no qual cada elemento do público é pessoal e diretamente atingido pela mensagem e que tem no conceito de sociedade de massa a essência da compreensão da teoria.

Dentro do contexto da teoria hipodérmica, marcada não só pela novidade do fenômeno das comunicações de massa, mas, sobretudo pela relação que meios, como o rádio, tiveram com as experiências trágicas dos regimes totalitários vividos no período das duas grandes guerras mundiais, o autor traz o modelo lasswelliano (quem, diz o quê, através de que canal, com que efeito), que segundo Wolf, gradativamente, representou a superação da teoria hipodérmica.

Para o autor, a partir do modelo lasswelliano outras abordagens de pesquisa surgiram como: a **abordagem empírico-experimental ou “da persuasão”**; a



abordagem empírica de campo ou “dos efeitos limitados”; e a **teoria funcionalista** das comunicações. Muito embora tais modelos representassem a evolução da pesquisa sobre as comunicações de massa, todos os modelos ainda estão fortemente marcados por uma espécie de “perito-sociológico”, expressão usada por Morin (2009, p. 23), e sendo este subordinado e atrelado às pesquisas administrativas, era também intensamente estimulado e legitimado nas engrenagens do planejamento, da administração, da empresa (idem).

Saindo do contexto norte-americano, um enfoque diferenciado de pesquisa sobre os efeitos dos meios massivos se desenvolvia na Europa, mas especificamente na Alemanha. Foi em Frankfurt, onde foi criado, em 1923, o Instituto de Pesquisa Social, conhecido depois como Escola de Frankfurt, que surgia a teoria crítica, que segundo Wolf, era produzida paralelamente e em oposição às pesquisas administrativas da *communication research*.

Sobre a teoria crítica, Wolf lembra o que havia abordado logo na introdução da obra, que o contraste entre a pesquisa administrativa e a teoria crítica direcionou os estudos sobre os *mass media* a uma profunda crise. A polêmica contra a sociologia empírica e sua renúncia é destacada e analisada pelo autor. No entanto, o fato de que o Instituto já em solo americano produziu trabalhos empíricos, durante a década de 1940, como relata Martin Jay (2008), em sua obra “A Imaginação Dialética”, não é tão evidenciada por Wolf.

O autor da obra aqui resenhada até chega a comentar o fim do apoio da Fundação Rockefeller ao Escritório de Pesquisas Radiofônicas, onde o teórico Adorno tentou empreender técnicas de pesquisas empíricas. Porém, é na obra de Martin Jay que se descobre que a “Escola de Frankfurt ansiava por usar métodos empíricos para enriquecer, modificar, e respaldar suas hipóteses especulativas”, (JAY, 2008, p. 284). E como exemplo Jay cita o caso de Mirra Komarovsky, patrocinada pelo Instituto em seu trabalho “O homem desempregado e sua família”. Entretanto, as idéias de Adorno sobre “as mudanças nas maneiras padronizadas de ouvir música, não podiam gerar hipóteses passíveis de verificação” (idem), e assim as dificuldades e a experiência negativa de Adorno nas pesquisas radiofônicas geraram grandes embates entre o teórico alemão e Paul Lazarsfeld, representante das pesquisas administrativas norte-americanas.

O ponto da virada

O contexto de crise vivenciado não só pelas teorias da comunicação, mas também pelas ciências humanas e sociais, no período de 1970, estimulou



o surgimento, na França, de uma nova teoria que possibilitaria a mudança nos rumos do próprio campo das pesquisas em comunicação. Foi entendendo que a cultura de massa era uma realidade que não poderia ser tratada com profundidade senão com um método, o da totalidade, que Edgar Morin inaugurava a corrente *culturológica* com a obra “O Espírito do Tempo”, dividido em dois volumes – o primeiro denominado de *Neurose* e o segundo chamado de *Necrose*.

Wolf considera a **teoria culturológica** como um ponto de mudança no contexto das pesquisas em comunicação que permitiram vislumbrar novas direções, indo além de uma dicotomia maniqueísta estabelecida entre as pesquisas administrativas e a teoria crítica. Como discutido por Morin, na obra *Espírito do Tempo*, Wolf afirma que a partir da segunda metade da década de 1970, ficou constatado a complexidade do objeto de investigação da comunicação de massa e como conseqüência desta visão mecanicista e simplista do ato comunicativo, as pesquisas vivenciaram um profundo estado de crise.

E é na tentativa de superar tal estado, que Morin com sua perspectiva *culturológica* desenvolve a consciência progressiva de que os problemas referentes aos meios de comunicação são extremamente complexos e requerem uma abordagem sistemática e também complexa¹.

Vale lembrar, como destacado por Wolf, que a característica fundamental da teoria *culturológica* é o estudo da cultura de massa, ou seja, os estudos desta corrente não dizem respeito diretamente aos meios, muito menos aos seus efeitos sobre a audiência – os objetivos de análise buscam, programaticamente, atingir

¹Para o entendimento do que seja uma abordagem sistemática e complexa, abrimos aqui um parêntese: pois sobre a questão da complexidade, Morin busca em Gaston Bachelard – para quem ao longo da história do pensamento científico, a questão da complexidade ficou marginal, ele considerou a complexidade como um problema fundamental, pois não há nada simples na natureza, só há o simplificado – a essência deste conceito, que nos força também a ingressar no entendimento de como se constrói um novo espírito científico, também proposto pelo epistemólogo Gaston Bachelard.



uma definição da nova forma de cultura da sociedade contemporânea. Dessa forma, para a corrente culturológica, nos estudos sobre a cultura de massa, se deve distinguir dela os elementos antropológicos mais relevantes e a relação entre o consumidor e o objeto de consumo.

Wolf foi pertinente ao resgatar e diferenciar a abordagem da perspectiva culturológica no estudo desta nova cultura de massa, pois nos faz retomar aqui o que Morin (1977) problematizou: “em que medida estamos nós mesmo comprometidos com um sistema de defesa às vezes inconsciente, mas sempre incontestável contra um processo que tende à destruição dos intelectuais que somos?”.

Destacando ainda a diferença entre a teoria culturológica e as teorias e os estudos anteriores a ela, Wolf cita o método defendido pelo teórico fundador da corrente. E sobre este método Morin relata:

Desde então, o método de acesso se delinea. Método autocrítico e método da totalidade. O método da totalidade engloba o método autocrítico porque tende não só a encarar um fenômeno em suas interdependências, mas, também, a encarar o próprio observador no sistema de relações. O método autocrítico, desentulhando o moralismo altivo e a agressividade frustrada, e o anti-kitsch desembocam naturalmente no método da totalidade (MORIN, 1962, p.20).

Na perspectiva de Wolf, Morin tinha como objetivo elaborar uma sociologia da cultura contemporânea, propondo uma teoria calcada numa fenomenologia sistemática e na pesquisa empírica.

Após caracterizar o método de Morin, como fenomenológico e sistêmico, Wolf empresta de Morin alguns aspectos sobre cultura de massa, como por exemplo: “a cultura de massa forma um sistema de cultura, constituindo-se como um conjunto de símbolos, valores, mitos, e imagens que dizem respeito quer à vida prática quer ao imaginário coletivo”, mas não é o único sistema cultural das sociedades contemporâneas.



Dando continuidade a análise da corrente culturológica, Wolf apresenta ainda as reações contrárias às ideias de Morin. Bourdieu e Passeron (1963) argumentavam que havia ausência de sistematicidade na teoria e por conta disso reivindicaram dela uma atitude mais empírica, menos vaga e generalizada. Tais críticas também foram endereçadas ao trabalho de Marshall McLuhan que na obra de Wolf é comentada em uma nota explicativa, na qual Wolf esclarece que a obra de McLuhan pode ser filiada à corrente culturológica, mas a mesma é considerada por Wolf complexa e cheia de “invenções definidora” e por tal motivo não poderia está resumida em seu livro.

Apesar das críticas à corrente culturológica, a partir da leitura de Wolf e também de Martin-Barbero pode-se considerar que a proposta da corrente de estudar a cultura de massa difundida pelos meios – e não apenas estudar os meios ou os seus efeitos sobre a sociedade – fertilizou o solo para que fosse germinada uma multiplicidade de outros estudos acerca das comunicações e da cultura de massa. Alguns exemplos desses estudos são os estudos culturais, em Birmingham, na Inglaterra e também os estudos sobre o imaginário, na França.

E concluindo este estudo sobre a corrente culturológica na obra de Mauro Wolf, aqui se resgata o que disse Martin-Barbero sobre Morin: ele busca inspiração nos frankfurtianos, mas não se limita a eles e nem aos norte-americanos – ele não crê na onipotência desmistificadora dos meios, mas sente certa sedução pela mutação cultural que nos meios se produz.

REFERÊNCIAS

JAY, Martin. **Imaginação Dialética**: história da Escola de Frankfurt e do Instituto de Pesquisas Sociais, 1923-1950. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. 12ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

_____. **Cultura de Massas no século XX**: o espírito do tempo – 1 Neurose. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1977.

_____. **Cultura de Massas no século XX**: volume 2 Necrose. 3ª Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.



Pensar os estudos culturais
Everaldo de Souza Cordeiro

Everaldo

Refletir sobre comunicação é um desafio permanente. Ela perpassa a história em diferentes contextos e com diferentes aspectos, sendo um fenômeno, ou seja, uma manifestação própria da vida e do universo existencial humano. Immanuel Kant já dizia que não é possível conhecer a “coisa em si”, as essências, senão como experiências subjetivas vivenciadas na chamada razão prática, na vivência moral, para além de uma razão pura, metafísica. Ou seja, só podemos conhecer por meio de uma experiência fenomênica, a partir do objeto que se manifesta para a consciência do sujeito.

Também Kierkegaard, em 1841, já dizia que para analisar um fenômeno, é preciso uma disposição apaixonada, dedicada, haja vista que “se condiz ao fenômeno, que é propriamente do gênero feminino, entregar-se ao mais forte, também se pode exigir do cavalheiro filosófico [...] a respeitosa decência, a profunda exaltação” frente aquilo que se manifesta ao pensamento (KIERKEGAARD, 1991, p. 23). É isso que, segundo ele, espera-se de alguém que esteja disposto a aventurar-se com todo o empenho em conhecer, em pensar, analisar a realidade indo além das aparências. Para o Kierkegaard,

O observador deve ser um erótico, nenhum traço, nenhum momento pode ser indiferente para ele; mas por outro lado ele deve também perceber a sua superioridade que, entretanto só usará para auxiliar o fenômeno a se manifestar completamente. Pois, se bem que o observador traga o conceito consigo, importa, mesmo assim, que o fenômeno não seja violentado, e se veja o conceito surgindo a partir do fenômeno (KIERKEGAARD, 1991, p. 23).

É exatamente essa a postura que aqui se busca adotar frente à leitura da obra *Teorias da Comunicação*, de Mauro Wolf, escrita em meados dos anos 80 e cuja 4ª edição aqui é analisada. O livro é um marco nas investigações sobre o fenômeno da comunicação humana no que diz respeito ao surgimento, desenvolvimento e crítica do que se convencionou chamar de comunicação de massa e, a partir desta,



também o estudo dos estudos de *mass media*, ou meios de comunicação, e ainda das pesquisas que daí resultaram e resultam e que foram chamadas de *communication research*.

Já no início do livro, Wolf define o conceito de *mass media* e convida o leitor para a reflexão, posta como desafio para estudar o tema da comunicação de massa como um objeto, ou fenômeno, em permanente mudança. Diz ele que os *mass media*: “Constituem, simultaneamente, um importantíssimo setor industrial, um universo simbólico, um investimento tecnológico em contínua expansão, uma experiência individual cotidiana, um sistema de intervenção cultural e de agregação social” (WOLF, 1995, p. 11).

A partir do desafio de refletir sobre os *mass media* e suas implicações na vida social, Wolf destaca como vai desenvolver sua reflexão. Diz ele que o trabalho não está dividido por meios de comunicação, ou seja, pela análise da história dos veículos ou instrumentos de comunicação como a imprensa, rádio e televisão. Ele opta por analisar as diferentes teorias da comunicação, com um olhar atento sobre os diferentes contextos, locais e datas, dando ao trabalho uma dimensão histórica importante, mesmo que os detalhes históricos não sejam tão explorados, haja vista, o interesse primário estar voltado para o objeto comunicacional em suas diferentes fases e especificidades.

Wolf expõe diferenças entre as teorias da comunicação, mas fornece um quadro geral, aproveitando da diversidade para analisar aspectos e detalhes imprescindíveis das teorias em suas similaridades, distinções e especificidades.

Na primeira parte de sua obra, analisando contextos e paradigmas, Wolf destaca as principais teorias que se dedicaram na pesquisa sobre os *mass media* e suas implicações no ser humano, primeiramente, e depois na sociedade, isto é, a partir de aspectos psicológicos e depois sociológicos. Assim, o autor assinala o surgimento e desenvolvimento da **teoria hipodérmica**, da **abordagem empírico-experimental**, da **abordagem de campo**, da **teoria funcionalista**, da **teoria crítica**, da **teoria culturológica**, dos **cultural studies** e das **teorias comunicativas**, com ênfase nos aspectos sociológicos e semiológicos dentro do campo comunicacional.

Mauro Wolf remete o leitor (a) para as principais idéias, autores e obras de cada período, passando epistemologicamente por diferentes paradigmas para analisar a influência da Psicologia, Administração e Sociologia nos estudos e pesquisas sobre os meios de comunicação e a presença destes de maneira extensiva em diferentes



esferas sociais a partir de contextos específicos e diversos. No livro destacam-se os conceitos de sociedade de massa, audiência, indústria cultural, dentre outros.

Na segunda parte da obra, Mauro Wolf dá destaque para reflexões sobre os *mass media* e a construção da realidade. Ele verifica que a *communication research*, isto é, a pesquisa em comunicação, vai além do estudo dos efeitos a curto prazo para dar ênfase nos estudos dos efeitos a longo prazo, ou seja, na análise da comunicação a partir de *processos produtivos* e suas influências no cotidiano. Wolf trabalha a hipótese da **agenda-setting** e os conceitos de *gatekeeper* e **newsmaking**. Para além da teoria do agendamento, o autor levanta questões importantes para a gestão profissional dos processos de construção e distribuição da notícia.

Na conclusão do livro, Wolf destaca a importância da interdisciplinaridade e a necessidade de articulação, teórico-prática, em um campo conceitualmente diverso como o é a área comunicacional. Frente aos desafios constantes, Wolf sugere que o (a) pesquisador (a) da área esteja atento (a) e aberto (a) a reconhecer a importância do surgimento de novos modelos teóricos frente aos desafios de novos processos comunicativos.

A obra de Wolf exige leitura atenta, sendo rica em conteúdo. É um texto que traz uma visão não superficial do assunto, constituindo-se como marco teórico importante para pesquisadores que desejam aprofundar-se nos estudos das teorias da comunicação de massa, a partir de uma visão geral que abre possibilidades para a visão do todo sem desobrigar da necessidade de mergulhar profundamente nas especificidades.

Seguindo ainda aqui a reflexão de Kierkegaard, é necessário olhar para a temporalidade, perceber as mudanças e ainda assim, buscar a originalidade ou o sentido próprio do fenômeno, mesmo que esse sentido seja mudar.

Com efeito, os conceitos, assim como os indivíduos, têm sua história e, tal como eles, não conseguem resistir ao poder do tempo. E [...] guardam mesmo assim uma espécie de saudade da terra onde nasceram (KIERKEGAARD, 1991, p.23).



É preciso estar atento a originalidade de cada conceito para fazê-lo emergir coerentemente como o foi concebido ou mesmo como o mesmo possa ter passado por mudanças ao longo do tempo. Esse cuidado é o que parece ter Wolf quando destaca as diferentes teorias comunicacionais.

Depois de detalhar a **teoria culturológica**, ocorrida na França, com destaque para o pensamento de Edgard Morin em sua obra sobre cultura de massa, Wolf passa a analisar os chamados *cultural studies* (estudos culturais), abrindo caminho para uma reflexão profunda no campo da subjetividade e recepção a partir da relação entre meios de comunicação, cultura e indivíduo.

É interessante verificar um pouco a história da formação dos estudos culturais que surge a partir da fundação do *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) na Inglaterra. Já em 1957, Richard Hoggard, diante da alteração dos valores tradicionais da classe operária inglesa no pós-guerra, realiza pesquisa sobre escritos literários e funda em 1964 o centro ligado ao *English Department da Universidade de Birmingham* como um centro de pesquisa de pós-graduação.

As relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, em suas diferentes formas culturais, instituições e práticas, constituem-se como eixo principal de observação do CCCS. E é a partir dessa experiência que os estudos culturais agregam-se em reflexões que mais tarde vão além fronteiras da Inglaterra.

A base teórica dos estudos culturais se dá a partir de três textos que surgiram nos final dos anos 50. As fontes são as obras “*The Uses of Literacy*” (1957) de Richard Hoggard, que é, em parte, autobiográfico e, em parte, história cultural do meio do século XX; “*Culture and Society*” (1958) de Raymond Williams, que constrói um histórico do conceito de cultura, culminando com a idéia de que a “cultura comum ou ordinária” pode ser vista como um modo de vida em condições de igualdade de existência com o mundo das Artes, Literatura e Música; e “*The Making of the English Working-class*” (1963) E. P. Thompson, que reconstrói uma parte da história da sociedade inglesa de um ponto de vista particular - a história “dos de baixo”, fazendo uma releitura do marxismo.

A pesquisa realizada por Hoggard detém a atenção sobre materiais culturais, antes desprezados, da cultura popular e dos meios de comunicação de massa, utilizando uma metodologia qualitativa. Com isso, ele inaugura o olhar de que no âmbito popular não existe apenas submissão, mas também resistência, o que, mais tarde, será revisto pelos estudos de audiência dos meios massivos.



Já o texto de Williams é fundamental para os estudos culturais. Através de um olhar diferenciado sobre a história literária, ele mostra que cultura é uma categoria-chave que conecta a análise literária com a investigação social e demonstra a intensidade do debate contemporâneo sobre o impacto cultural dos meios massivos.

Em relação à contribuição de Thompson, pode-se dizer que ele influencia a história social da Inglaterra de dentro da tradição marxista. Para Thompson, cultura é uma rede de vivências, de práticas e relações que constituíam a vida cotidiana, sendo que o papel do indivíduo está em primeiro plano.

Mas, olhando a fundo, o pensamento de Thompson parece resistir ao entendimento de cultura enquanto uma forma de vida global, isto é, como um todo universal e homogêneo. Em vez de pensar assim, ele preferia entendê-la enquanto um enfrentamento entre modos de vida diferentes, distintos e talvez complexos dentro de um campo propício para a reflexão a partir de práticas distintas e semelhantes, principalmente em um cenário europeu marcado mais uma vez por mudanças.

É a partir desse pano de fundo, ou seja, dessa base histórica que Wolf afirma que: “O interesse dos *cultural studies* centra-se, principalmente, na análise de uma forma específica de processo social, relativa à atribuição de sentido à realidade, à evolução de uma cultura, de práticas sociais partilhadas, de uma área comum de significados” (WOLF, 1995, p. 96).

Os estudos culturais procuraram oferecer uma visão mais ampla e mediada para o entendimento do papel dos meios de comunicação, para além da polarização entre as pesquisas sociológicas e pesquisas administrativas, ou entre funcionalistas e os chamados teóricos críticos. Segundo o autor,

os *cultural studies* distinguem-se (como acontece em relação à economia dos *mass media*) de outras abordagens, mais ou menos próximas, em particular da que é conhecida como «teoria conspirativa dos *mass media*» e que associa os conteúdos ao objetivo de controlo social, perseguido pelas classes dominantes (WOLF, 1995, p. 97).

No livro, alguns traços fundamentais dos estudos culturais podem ser demarcados. Wolf demonstra que há uma progressividade na maneira de se investigar o fenômeno comunicacional, chegando na dimensão da recepção, ou seja,



dos diferentes universos que permeiam a mente humana nas relações interpessoais e sociais mediadas pelos *mass media*.

Onde o funcionalismo via um grande organismo vivo, uma ordem natural, tendendo ao equilíbrio, no qual os conflitos eram tratados como anomalia, precisando ser sanada, os estudos culturais vêem o conflito, a luta, a disputa da hegemonia por classes, setores e blocos diferenciados, como processo em um campo dialético e dialógico, e não como algo dado, plasmado, imutável.

Os estudos culturais reconhecem intencionalidades de dominação por parte da Indústria Cultural. No entanto, partem de uma visão de que existem muitos elementos intervenientes que fazem com que estas intencionalidades se realizem ou não, reconhecendo que os emissores não são os todo-poderosos como até então se pensava na condução do processo de comunicação, mesmo não desconsiderando seu poder.

Para os estudos culturais, é necessário reconhecer as especificidades da constituição de dada sociedade, sua dimensão histórica, buscando entender como os meios de comunicação atuam e como se constituem as indústrias culturais em países que demonstram uma diversidade étnica própria.

Na perspectiva dos estudos culturais, é preciso ver na dimensão da ‘recepção’ um papel ativo e importante, uma espécie de protagonismo que influi em relação e pode alterar o resultado de todo o processo. O receptor não é absolutamente passivo no processo comunicacional e nem se configura como vítima de uma indústria ou cultura de massa avassaladora, que o destruisse completamente não dando a ele a oportunidade de resignificar o que recebe.

Nas mediações sociais as pessoas se “relacionam” com a comunicação de massa, estabelecendo negociações simbólicas a partir da oferta proposta pelos veículos, mas também de sua visão de mundo, de seus hábitos e crenças, ou seja, de sua cultura, da realidade do cotidiano feita dos valores e das rotinas vivenciadas diretamente e também pela mídia, dimensão relacionada a tudo que se produz de simbólico através dos meios massivos de comunicação. Essas realidades constituem o que se pode chamar de realidade social.

Mauro Wolf, em sua obra, traça um panorama sobre os estudos culturais que tem também a marca da historicidade e do limite do tempo. Após os anos de 1980, especificamente 1985, ano de publicação da primeira edição de “Teorias da Comunicação”, muitas mudanças foram efetivadas no mundo e as diferentes culturas



reinventaram as formas de se comunicar sem deixar de depender da indústria cultural e dos *mass media*.

A obra de Mauro Wolf, 25 anos depois de sua primeira publicação, permanece atual, acompanhado as significativas mudanças ocorridas depois da primeira edição. A partir de suas idéias, outros teóricos puderam levar adiante a árdua tarefa de promover e/ou favorecer reflexões pertinentes sobre o fenômeno comunicacional e as diferentes teorias sobre o fenômeno.

REFERÊNCIAS

KIERKEGAARD, S.A. **O conceito de ironia constantemente referido a Sócrates**. Petrópolis: Vozes, 1991.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Os Estudos Culturais**. Disponível em: <http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/artigos/ana_ec_bilbio.pdf>. Acessado em 12 out 2011.



Teoria e prática da pesquisa em Comunicação

Suzana Cunha Lopes

Suzana

A leitura de “Teorias da Comunicação” de Mauro Wolf pode ser facilitada pelas interessantes e diversificadas discussões possíveis a partir dela. Uma perspectiva, em especial, chamou-nos atenção: a questão da teoria e da prática na pesquisa em comunicação. Perpassando criticamente pela história das principais tendências do pensamento comunicacional, Wolf delinea claramente os percursos de conflito e conciliação entre uma vertente de pesquisa mais voltada para resultados imediatos e outra de caráter mais sociológico.

Um aspecto rico da obra é a grande possibilidade que ela nos dá de atualizarmos sua leitura fazendo algumas conexões com a pesquisa em comunicação no século XXI. Afinal, alguns impasses da época resenhada por Wolf¹ permanecem desafiando os pesquisadores de comunicação a encontrar um novo paradigma de pesquisa científica.

Na primeira parte do livro, o autor apresenta diversas tendências de pesquisa da tradicional escola americana que ficou conhecida como *communication research*. Com uma visão oposta, surgem na Europa outras correntes de cunho mais sociológico. No âmbito dos estudos dos meios de comunicação de massa, essas duas vertentes serão as bases de uma histórica batalha entre teoria e prática, que vai resultar em uma crise epistemológica que desencadeia novas perspectivas de pesquisa a partir da década de 1970².

¹O recorte temporal das teorias da comunicação de massa apresentadas por Wolf compreende o período entre as décadas de 1940 a 1970.

²Wolf contextualiza essa crise pela oposição de duas tendências de pesquisa: uma pregava a necessidade de reflexão sobre a própria área a fim de compreendê-la e modificá-la; e, outra, continuava a investigar de forma alheia à discussão epistemológica.



A *communication research* constituiu-se como uma tradição de pesquisa que tinha na resolução de problemas imediatos, a saber, os efeitos dos meios de comunicação sobre os indivíduos, seu objetivo de investigação. Seu caráter exclusivamente empírico (expresso, principalmente, na coleta de dados e na análise de conteúdo) e seus resultados limitados (restritos aos micro-contextos analisados) foram os principais alvos das críticas sobre ela.

Dentre as principais tendências que compõem a tradição de pesquisa administrativa norte-americana estão a **teoria hipodérmica**, a **abordagem empírico-experimental**, a **abordagem “dos efeitos limitados”** e a **teoria da informação ou matemática**. A primeira delas tem um papel crucial na compreensão dos estudos de comunicação, pois instaurou um modelo de comunicação muitas vezes rechaçado, mas ainda não superado pelas teorias subsequentes.

O modelo do estímulo-resposta³, elaborado pela teoria hipodérmica e posteriormente aperfeiçoado pela teoria da informação⁴, pauta muitos processos e conceitos de comunicação que hoje colocamos em prática no nosso cotidiano de pesquisadores da área. Ainda teorias contrárias ideologicamente a este modelo, como a teoria crítica, reproduziram-no com a mesma perfeição que as correntes de pesquisa administrativa. As abordagens empírico-experimental e “dos efeitos limitados”, apesar de inserirem novas variáveis ao processo de comunicação, não deram conta de romper com um modelo que se tornou o paradigma fundamental da pesquisa em comunicação no século XX.

³A teoria hipodérmica concebe o processo comunicativo como linear, ou seja, um ato que se inicia com um estímulo do emissor que atinge diretamente o receptor, que responde ao estímulo.

⁴O modelo comunicativo da teoria da informação acrescenta outros elementos ao modelo de estímulo-resposta, mas mantém a lógica de que existe um emissor que transmite uma mensagem, por um canal (transmissão passível de ruídos), a um receptor.



Outra tradição de pesquisa desenvolve-se na Europa propondo-se a refletir teoricamente, dentre outras coisas, a relação dos meios de comunicação com a sociedade de massa. A partir de um viés mais sociológico que propriamente comunicacional, desvia-se o foco dos meios e seus efeitos para a sociedade em geral, especialmente, a cultura de massa (re) produzida pelos *mass media*.

Esta é a base da teoria crítica e da **teoria culturalológica**, que, apesar de terem visões diferenciadas de cultura, têm em comum a preocupação em desvendar o impacto dos meios de comunicação na constituição do sistema social. Ambas estão baseadas na ideia de que o estudo prático e limitado centrado nos meios é insuficiente para compreender a formação de uma sociedade e uma cultura diferenciada pela emergência dos *mass media*.

É interessante perceber como Wolf encadeia as diferentes tendências de pesquisa mostrando as contribuições, superações e continuidades que uma tem sobre a outra. Até porque o autor deixa claro que a separação linear da apresentação de cada uma não supõe que elas sejam cronologicamente subsequentes. Pelo contrário, por vezes, são até contemporâneas.

Ressaltamos essa questão para introduzir que, em meio à dicotomia de correntes teóricas e empíricas, percebemos que algumas tendências de pesquisa em comunicação apresentadas por Wolf já demonstram exercitar a conciliação entre teoria e prática.

Aproximando teoria e prática

A corrente dos usos e satisfações, de base funcionalista, busca compreender o que os indivíduos fazem com os *mass media*. Percebemos um deslocamento da questão central sobre os efeitos para um entendimento mais sociológico da relação das pessoas com os meios. Estes são consumidos a partir das necessidades dos indivíduos. Apesar de trazer novas discussões à pesquisa comunicacional, a corrente dos usos e satisfações ainda ratifica uma visão instrumental dos meios na sociedade.

Outra tendência que Wolf apresenta e que nos parece uma tentativa de compreender os meios de comunicação integrando a teoria e a prática são os **cultural studies**. No âmbito teórico, essa corrente busca relacionar o sistema dos *mass media* com as demais estruturas sociais. Contudo, sua principal contribuição para uma possível conciliação entre teoria e prática reside no conceito de cultura como a soma de práticas sociais e suas interrelações, ou seja, a cultura está tanto no plano dos valores e significados como nas ações dos indivíduos.



Contudo, apesar de demonstrarem esforços enriquecedores e, de certa medida, contribuírem para superar uma dicotomia que, à época, estava muito evidente, tanto os usos e satisfações como os *cultural studies* esbarraram em uma questão que, por vezes, passou despercebida na discussão da pesquisa em comunicação, que é a problemática metodológica.

Por mais que se quisesse aliar teoria e prática, a falta de uma discussão metodológica, que objetivamente abastecesse o pesquisador de subsídios teóricos e técnicas de obtenção e análise de dados, mostrou-se uma grande barreira que, parece-nos, até hoje, não conseguiu ser devidamente esclarecida⁵.

Essa questão metodológica parece-nos mais evidente na superação da dicotomia teoria-prática quando Wolf apresenta, na segunda e terceira partes do livro, a emergência de outras correntes. Nelas percebemos uma nova perspectiva de fazer pesquisa em comunicação que tem a ver com o exercício de buscar alternativas metodológicas que viabilizem uma análise teórico-prática dos meios.

É na prática da pesquisa que se fazem teorias

Assim, a segunda e terceira partes do livro de Wolf mostram-nos, com afincos, o passo a passo de pesquisas em comunicação que, por meio da experimentação e inovação metodológicas, buscavam conciliar uma análise teórica e, ao mesmo tempo, aplicada. A começar pela *agenda-setting*, é interessante acompanhar o caminho de argumentação de Wolf quanto às limitações metodológicas que impossibilitaram a confirmação prática dos pressupostos teóricos desta tendência.

⁵MALDONADO ET. AL., 2008 e LOPES, 2006 são referências atuais que podem nos ajudar a atualizar essa discussão metodológica.



A principal hipótese teórica desta corrente é que as pessoas têm tendência a incluir ou excluir de seus cotidianos aquilo que os *mass media* dão ou não visibilidade, ou seja, a pauta de discussões da sociedade é baseada nos conteúdos dos meios de comunicação. Teoricamente, busca-se agregar à pesquisa empírica uma dimensão teórica mais generalizante e duradoura.

Na prática de pesquisa, contudo, o que se percebe é a impossibilidade de medir-se essa influência dos meios, devido a fatores que diversificam tanto a exposição dos temas pelos diferentes meios de comunicação como as variáveis que se precisam levar em consideração quando se pesquisa a recepção e a reprodução dos temas na cultura.

A partir da crítica da prática de verificação de hipóteses teóricas da *agenda-setting*, Wolf mostra-nos que o caminho de conciliação de teoria e prática na pesquisa em comunicação não é nada fácil. Os estudos dos emissores, representados pelas teorias do *gatekeeper* e do *newsmaking* complementam esse esboço de desafios na tentativa de superar essa dicotomia.

As principais contribuições dos estudos dos emissores estão relacionadas a mudanças de perspectivas teóricas e metodológicas sobre a pesquisa em comunicação. A primeira mudança está na tentativa de superação do modelo comunicativo informacional (cujo foco estava nos meios e seus efeitos) para o foco nos agentes do processo comunicativo, em especial, os emissores. A segunda mudança tem a ver com a experimentação metodológica que passa do uso de questionários para a observação participante.

Tanto o *gatekeeper* (que prevê a existência de um selecionador das informações que serão veiculadas pelos meios de comunicação) como o *newsmaking* (que destrincha o processo de produção das notícias) mostram uma trajetória de construção teórica que dialoga com a prática profissional. São bons exemplos de teorias que se constituem a partir da observação empírica do pesquisador.

Os conceitos de *gatekeeper*, noticiabilidade e valores/notícia são composições teóricas que partiram da constatação direta de como se processa a cultura profissional dos jornalistas. A descrição da rotina jornalística (recolha, seleção e apresentação das informações) dá-se não por meio da abstração teórica, mas se constitui como teoria que nasce da realidade empírica do objeto estudado.

Nesse sentido, é interessante trazer o conceito de teoria científica de Bourdieu, que prevê exatamente essa relação do discurso com a prática.



Diferente da teoria teórica – discurso profético ou programático que tem em si mesmo o seu próprio fim e que nasce e vive da defrontação com outras teorias –, a teoria científica apresenta-se como um programa de percepção e de ação só revelado no trabalho empírico em que se realiza (BOURDIEU, 2010, p. 59).

Parece-nos que, ainda que com grandes limitações, essas teorias conseguem exercitar de forma mais clara a construção teórica empírica na área da comunicação. Posteriormente a elas, vieram outras, não contempladas pelo limite histórico do livro de Wolf, como os estudos de recepção latino-americanos. Como veremos a seguir, a atualidade das pesquisas em comunicação ainda resente de repostas teórico-metodológicas que viabilizem a aliança de teoria e prática.

Atualizando as discussões

A construção argumentativa do Wolf no livro “Teorias da Comunicação” deixa-nos algumas reflexões bastante pertinentes para o desenvolvimento da pesquisa em comunicação no século XXI. Wolf mostra-nos que cada teoria contribui não no sentido de refutar as teorias anteriores, mas demonstrar que os processos comunicativos são mais complexos do que se pensava nas teorias anteriores. Nosso olhar sobre as diversas teorias deve ser no sentido de buscar as contribuições e as limitações que cada uma nos fornece para a compreensão dos processos comunicativos.

A abordagem de Wolf também nos chama a atenção para o fato de que apenas a pesquisa prática ou apenas a teoria teórica não davam e não dão conta de explicar “um objeto que muda tantas vezes de forma” (WOLF, 1995, p. 11), como a comunicação. É uma lição que a própria formação acadêmica de profissionais e pesquisadores de comunicação precisa incorporar.

Ainda hoje muito presente nos cursos de graduação e, acentuadamente, na pós-graduação temos a reprodução da separação entre teoria e prática, ainda que o discurso seja de superação dessa dicotomia. A impossibilidade de efetivar-se o que teoricamente já tem se propagado na área está exatamente na questão metodológica que ressaltamos acima. Talvez seja necessário dedicar-se mais à discussão metodológica da pesquisa em comunicação para que possamos, de fato, experimentar o processo de produção da teoria científica.

Essa discussão metodológica passa também pela necessidade de discussão epistemológica da área, a fim de conseguir compreender o que (objeto) e como (teoria e metodologia) estudar a comunicação, tarefa que Wolf aponta como um desafio muitas vezes ignorado por algumas correntes de pesquisa.



Se hoje a problemática de constituição do campo da comunicação ainda persiste deve-se ao menosprezo de alguns pesquisadores pela discussão teórico-metodológica e epistemológica da área (MARTINO, 2007). Nisso resulta nossa histórica e latente esquizofrenia de pesquisadores da comunicação que pregam a aliança da teoria e da prática, mas não a efetivam.

Um caminho, nesse sentido, que nos parece interessante passa pela elaboração de um novo paradigma da comunicação (FRANÇA, 2010) que nos dê uma alternativa de pensar os processos comunicativos para além de uma linearidade que se inicia no emissor, que, por meio de um canal, transmite uma mensagem a um receptor.

Outro caminho que ainda nos parece pouco difundido passa pelo maior conhecimento da tradição latino-americana da pesquisa em comunicação, cuja história é marcada tanto pela herança empírica da pesquisa norte-americana como pela perspectiva crítica europeia (MARQUES DE MELO, 2003). Talvez a escola latino-americana seja um exemplo de como repensar a comunicação conciliando teoria e prática, uma alternativa regional que merece maior visibilidade.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 14. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

FRANÇA, Vera. **Paradigmas da comunicação**: Conhecer o quê? Trabalho apresentado no X Encontro da Compós, Brasília, 2001b. Disponível em: <www.compos.org.br>. Acesso em 28 nov. 2010.

LOPES, Maria I. V. de. O campo da comunicação sua constituição, desafios e dilemas. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n.30, ago.2006, p. 16-30. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/487/411>>. Acesso em 21 nov. 2010.

MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiani Adriana; ROSARIO, Nisia Martins do (Orgs.). **Perspectivas metodológicas em comunicação**: desafios na prática investigativa. João Pessoa: Editora UFPB, 2008.

MARQUES DE MELO, José. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003.

MARTINO, Luiz C. (Org.). **Teorias da comunicação**: muitas ou poucas? Cotia: Ateliê Editorial, 2007.



(In) Conclusão: Uma possível leitura...

Gleudson Wirllen Bezerra Gomes

Gleudson

Apesar de em diversos momentos falar em evolução da pesquisa em comunicação de massa, após a leitura do livro “Teorias da Comunicação”, de Mauro Wolf, a sensação que fica é de circularidade. E esta sensação constrói-se ao longo da obra, diluída na forma como Wolf conduz seu pensamento sobre as teorias da comunicação, principalmente, no que diz respeito à metodologia construída pelo autor para elaborar sua pesquisa. Para além de uma cronologia das teorias da comunicação, Wolf propõe uma análise balizada em três aspectos: o contexto sócio-histórico e econômico, a teoria social vigente nas respectivas épocas e o modelo de processo comunicativo adotado por cada teoria. O conjunto destas três determinações permite-nos compreender os fatores que influenciaram as pesquisas em cada momento.

A partir dessa ordenação, Wolf divide seu livro em três capítulos, dispostos em duas partes. O primeiro capítulo traz uma revisão senão exaustiva, pelo menos detalhada das ditas primeiras pesquisas sobre a comunicação, partindo da **teoria hipodérmica** até aos *cultural studies*. A utilização da palavra *sobre* faz sentido ao observa-se que essas teorias fundacionais da área vêm de outros campos do saber (Psicologia, Sociologia, etc.) e legam à Comunicação, nesse momento inicial, seu caráter interdisciplinar.

Wolf demonstra neste capítulo o caráter do modelo de comunicação da teoria hipodérmica, de cunho *behaviorista* no estilo estímulo-resposta, e seus desdobramentos e permanências. Assim, como assinala o autor, a **abordagem empírico-experimental** complexifica o processo comunicativo ao perceber de forma menos mecânica as relações entre emissor, mensagem e receptor, e a abordagem empírica de campo completaria o ciclo de revisão da teoria hipodérmica ao trazer de forma mais acentuada as interações sociais do receptor, evidenciando um forte viés sociológico.

Nesse sentido, ao voltar-se para a dicotomia existente entre as ditas pesquisa administrativa e **teoria crítica**, Wolf sugere, como faz ao longo de todo seu livro, a necessidade de compreender as diferentes contribuições das “correntes” divergentes, ou não, de pesquisa em comunicação. Essa compreensão teria o intuito de poder desenvolver de maneira mais consistente as pesquisas na área, bem como contribuir



para a própria fundamentação das teorias da comunicação. Na verdade, Wolf sugere a todo momento o quanto precisamos levar em conta o que as diferentes teorias trouxeram de contribuição com suas perspectivas de análise para o desenvolvimento das pesquisas em comunicação.

Os outros dois capítulos tratam o que Wolf chama de “novas tendências da pesquisa em comunicação de massa”: a hipótese do *agenda-setting* e os estudos do *gatekeeper* e *newsmaking*. Wolf identifica nessas pesquisas uma mudança de paradigma nas teorias da comunicação, no qual essas “novas tendências” deixam os efeitos a curto prazo para explicitar o caráter de efeito a longo prazo da relação entre meios de comunicação e público, realçando o caráter processual da comunicação. Talvez essa mudança de paradigma possa ser percebida de maneira mais expressiva no conceito de mediações de Martín-Barbero (2006), quando ele propõe o estudo da comunicação a partir da cultura, no seu clássico livro “Dos meios às mediações”.

Se, em princípio, as “novas tendências” estudadas por Wolf não sejam tão recentes, deve-se considerar, porém, o ano de publicação da obra. A primeira edição italiana data de 1985. Utilizamos para este comentário a 4ª edição portuguesa, publicada em 1995. Porém, a obra de Wolf já possui versão brasileira, intitulada “Teorias das Comunicações de Massa”, circulando em 3ª edição, do ano de 2008, pela editora Martins Fontes.

A circularidade dos modelos de processos comunicativos

Um dos aspectos utilizados por Wolf para desenvolver a sua pesquisa sobre as teorias da comunicação é o do modelo de processos comunicativos adotado por elas, como explicitamos anteriormente. Tal característica metodológica, em conjunto às outras duas, dá o direcionamento da leitura que o autor apresenta sobre o tema. Na tessitura de suas idéias Wolf defende um movimento que aqui chamamos de circularidade. Mas no que consistiria esse movimento?

Depois de discutir as pesquisas sobre comunicação, o autor debruça-se sobre as teorias comunicativas determinantes dessas pesquisas. Ao destacá-las dessa primeira abordagem geral, ele passa a considerá-las em suas especificidades. Para o autor, então, as pesquisas sobre comunicação de massa nortearam-se por três tipos de modelos comunicativos: o da teoria da informação, o semiótico-informacional e o semiótico-textual. De maneira geral, o primeiro encara a comunicação de forma mecanicista (emissor-mensagem-receptor), o segundo trata-se da análise de



codificação e decodificação das mensagens (e as interferências decorrentes desse movimento), e o último aborda o processo de comunicação de modo relacional, num diálogo entre emissor e receptor.

Essa divisão, no entanto, não representa o descarte de um modelo após o surgimento de outro. Na verdade, no entendimento de Wolf, ao invés de superações, o que há são co-relacionamentos. E esse é outro ponto destacado no livro: se, ao longo do tempo, podemos observar a elaboração de teorias diversas, isto não significa o fim de uma para a ascensão de outra.

Para construir essa linha de raciocínio, Wolf vale-se do aspecto do modelo de processo comunicativo utilizado por cada teoria de comunicação. É através dele que o autor identifica as semelhanças entre teorias aparentemente distantes em suas perspectivas, no entanto, mais próximas na sua maneira de pensar a comunicação do que transpareceram num primeiro momento. De certo modo, há ousadia no que Wolf propõe em meados da década de 1980, ao dizer que até ali pouco havia mudado no modo de encarar a comunicação, desde as primeiras propostas reflexivas iniciadas no entre guerras. Um exemplo dessa concepção está na abordagem sobre a teoria crítica, na qual o autor aponta reflexos do modelo comunicacional desenvolvido na teoria hipodérmica.

Esse sentido de circularidade também se encontra no que o autor chama de novas tendências na pesquisa em comunicação. Na hipótese do *agenda-setting*, por exemplo, Wolf aponta o viés da hipótese funcionalista do processo de comunicação. Essa circularidade parece ser o fio condutor de toda a reflexão de Wolf sobre as teorias da comunicação massa. E se ela é verdadeira, precisamos ainda refletir sobre o quanto guardamos nas atuais pesquisas, implícita ou explicitamente, da unidirecionalidade das primeiras teorias que constituem a comunicação como uma área do saber.