

Pesquisa administrativa X Teorias críticas: Contrastes entre duas tendências

Ronaldo Martins Botelho*

Índice

1	O Processo comunicativo: Controlado, Seqüencial, Determinista X Global, Virtual, Multidimensional	3
2	Estímulo-resposta X Estímulo-consumo	6
3	Abordagem restritiva X Perspectiva estrutural	7
4	Tendências contemporâneas	9
5	Referências bibliográficas	10

Resumo: Essa análise compara duas importantes tendências dos estudos e suas implicações sobre a teoria da comunicação durante o século XX: a Pesquisa Administrativa e a Teoria Crítica. Após uma breve apresentação dessas duas vertentes, contrastamos ambas entre si, em torno de aspectos relacionados ao processo comunicativo, os modelos interpretativos e a influência sobre as escolhas públicas. Nesse propósito, recorreremos aos fundamentos da Escola Norte-americana, desenvolvidos por LASSWEL e LAZARFELD, na interpretação de RUDIGER (1995), MATTELART (2003) [1995] e WOLF (1995). Para o exame da teoria crítica, nos utilizamos como

fonte os mentores da Escola de Frankfurt, representados por ADORNO & Cia, além de seus seguidores pós-modernos.

Até o final dos anos 60 a pesquisa em comunicação nos Estados Unidos foi hegemônica pela pesquisa *administrativa*. A denominada *mass communicattion research* dominou por muito tempo os estudos sobre Mídia, marginalizando outras correntes teóricas que surgiam naquele País. Entre elas, a Escola de Chicago - inaugurada pelos pesquisadores Robert E. Park, Charles H. Cooley, Herbert G. Blumer, entre outros; a Semiótica - surgida a partir dos estudos de Charles Peirce - e a Escola Palo Alto - tradição teórica desencadeada por cientistas como George Bateson e Erving Goffman, e que nos anos 40 agregou áreas distintas como a Antropologia, a Linguística, a Matemática, a Sociologia e a Psiquiatria. (ARAÚJO in: HOHFELDT, 2001:119).

Conforme a classificação de McQuail¹, a pesquisa administrativa no âmbito da comunicação divide-se basicamente em três fases, Teoria dos efeitos *ilimitados* ou poderosos (início dos séculos até os anos 40); Teoria dos efeitos *limitados* (dos anos 40 até os 60) e Revalorização dos efeitos das Mí-

*Mestrando em Ciências Sociais na Universidade Federal de São Carlos.

¹ 1979, apud AZEVEDO, 2003.

dia por meio de *influências mais complexas e sutis* (anos 70 até os nossos dias). Em nosso estudo, para fins comparativos com as teorias críticas, nos concentraremos nos dois primeiros períodos dos estudos norte-americanos em comunicação. Isso porque entendemos que a fase por eles compreendida espelha as tendências de estudos mais influentes na tradição norte-americana. Além do mais, a partir dos anos 70 a pesquisa administrativa em comunicação começa a assumir contornos mais complexos e interdisciplinares, inclusive por influências da própria teoria crítica, que já é parte específica da presente análise.

O primeiro elemento conceitual do mass communication research é a *bala mágica* (magic bullet) ou *teoria da agulha hipodérmica*, termo cunhado por Harold D. Lasswell (1902-1918). Essa noção, influenciada pelas lições da Primeira Grande Guerra, vem a público em 1927, quando Lasswell publica *Propaganda Techniques in the Word War*. O ambiente behaviorista (que valoriza a influência do meio sobre homem), determinado pela Guerra estimulava uma visão automatista e causal e de um alcance indiscriminado da mensagem. Esse contexto é propício pressupostos ingênuos, onde «a audiência é visada como um alvo amorfo que obedece cegamente ao esquema estímulo-resposta» (MATTELART, 2003:37).

Tempos depois, Lasswell (1948), com a Fórmula “Quem (emissor)/ diz o Quê (mensagem)/ a Quem (receptor)/com que Canal (meio)/ e com que Efeito (efeitos de audiência)” teve grande influência na teoria dos efeitos ilimitados. Com esse modelo, Lasswell transformava a comunicação em um fenômeno observável e mensurável. Qualquer modificação ocorrida nessas etapas mo-

dificava os efeitos da audiência. Uma das conseqüências desse modelo foi a divisão do campo da comunicação em áreas temáticas. Na prática, essa fórmula mantinha os pressupostos ilimitados da comunicação e do receptor passivo. (AZEVEDO, op.cit).

Mas será Paul Lazarsfeld, sociólogo austríaco, que irá por em cheque os efeitos ilimitados, a partir de sua publicação *The people's Choice*, em 1944. Em seu estudo, em contraponto ao paradigma dominante, Lazarsfeld apura que os indivíduos do círculo primário do eleitor (família, colegas, amigos...) tem mais influência em sua decisão do que os meios de comunicação. A partir desse estudo, passa a ser valorizado dos mediadores de opinião. É o período dos chamados estudos dos efeitos limitados. Esse paradigma, que rejeitava a noção de uma audiência passiva, e colocava o papel da Mídia em segundo plano só passou a ser desafiado a partir dos anos 70 quando, como já foi dito, novos modelos teóricos retomam a idéia do poder da Mídia na influência sobre as audiências, agora a partir de formas mais complexas e sutis.

Embora a abordagem da pesquisa administrativa seja composta de uma larga variedade de tendências, basicamente quatro características permitem dar unicidade ao seu conjunto: a) a orientação empirista, tendente a enfoques quantitativos; b) a orientação pragmática, mais política do que científica (voltada para demandas do Estado e por ele instrumentalizada); c) a ênfase na comunicação midiática como objeto de estudo e d) a inspiração em modelos matemáticos, funcionalistas e automatistas. (HOHFELDT, op.cit:120-130). Durante essa evolução dos modelos mencionadas, havia uma divisão entre os paradigmas norte-americanos, es-

sencialmente descritivistas e burocráticos, e os paradigmas europeus, essencialmente ideológicos.

Paralelo ao desenvolvimento da pesquisa norte-americana, outras correntes de pensamento surgiram também na Europa, com fundamentos e perspectivas completamente distintas da *communication research*. Entre elas, destaca-se a Escola de Frankfurt, tradição de pesquisa iniciada nas primeiras décadas do século XX, fundamentalmente a partir da elaboração crítica de pensadores como Theodor W. Adorno; Walter Benjamin; Herbert Marcuse e Max Horkheimer. A idéia impulsionadora dos frankfurtianos, em linhas gerais, era a de fundir o comportamento crítico com a proposta política, de modo a superar a crise da razão.

A Teoria Crítica influenciou outros estudos sobre a cultura de massa, que envolveram teóricos contestadores, revisores e prosseguidores das idéias frankfurtianas, dentre os quais, H. Eco, E. Morin, F. Jameson, G. Debord e R. Ortiz, J. Habermas, J. Baudrillard, entre outros. Parte desses pensadores foram os pioneiros do chamado Pós-modernismo que têm imensa predominância na produção científica contemporânea. Traçaremos a seguir um paralelo entre a percepção de alguns dos principais autores dessas teorias críticas, em suas várias perspectivas, e os pressupostos teórico-conceituais da *pesquisa administrativa*, particularmente em sua primeira fase, visando com isso estabelecer alguns contrastes que contribuam para a melhor compreensão de ambas tendências teóricas.

Para tanto, relacionaremos alguns traços marcantes no desenvolvimento da pesquisa norte-americana para, em seguida, analisá-los a partir de contrapontos com base em au-

tores vinculados às teorias críticas da cultura de massa, desde a indústria cultural até as análises filiadas às tendências Pós-modernas. A ênfase dessa análise recairá sobre os aspectos relacionados ao processo comunicativo e sobre o papel dos meios de comunicação na formação da opinião pública, seja através da persuasão por mediadores de opinião, da determinação de conteúdos ou mesmo da pura e simples sedução por intermédio dos meios e estratégias publicitárias.

1 O Processo comunicativo: Controlado, Seqüencial, Determinista X Global, Virtual, Multidimensional

Uma das críticas dos estudiosos da indústria cultural aos métodos de pesquisa empírica da tradição norte-americana é a de que esses não penetram na objetivação dos fatos, nem na estrutura e nas implicações do seu fundamento histórico. Pelo contrário, «provocam a fragmentação do todo social». (WOLF, 2002:92). Esse déficit analítico pode ser identificado na Teoria informacional, desenvolvida nas primeiras décadas do século XX. Esta propõe uma análise seqüencial e fragmentada da comunicação, explicitada no modelo matemático de Shannon & Weaver (Comunicador-transmissor-canal-receptor-destinatário). Essa divisão do processo comunicativo é criticada, sobretudo, pela sua incapacidade de conceber a comunicação em sua amplitude histórica e cultural. «o processo é concebido como série de procedimentos limitados no tempo e de componentes rigidamente separados no espaço» (RUDIGER, 1995:25).

Para os frankfurtianos a comunicação é

um fenômeno que envolve fatores que se situam além do aqui e agora e que «só adquirem sentido em relação ao todo social, do qual são antes de mais nada uma mediação, e por isso, precisam ser estudadas à luz do processo histórico global da sociedade» (RUDIGER in: HOHFELDT, op.cit:132). Aquilo que para a teoria administrativa corresponde a *dados de fato*, é para a Teoria crítica produto de uma situação histórico-social específica.

Mais do que uma percepção de um processo dialógico, os teóricos da indústria cultural vão tomar a comunicação como uma «categoria essencialmente ideológica, cujo questionamento deve ser essencialmente crítico» (RUDIGER, op.cit:80). Além do mais, esses teóricos privilegiam uma visão dialética na análise do fenômeno comunicativo. «Denunciando a separação e a oposição do indivíduo em relação à sociedade, como resultante histórica da divisão de classes, a teoria crítica confirma a sua tendência para a crítica dialética da economia política. Conseqüentemente, o ponto de partida da teoria crítica é a análise do sistema da economia de mercado» (WOLF, op.cit:83).

Na esteira dos frankfurtianos, outros autores problematizam ainda mais o papel dos meios de comunicação. Na *era da reprodutibilidade técnica*, a cultura e a informação são mais do que mercadoria: se transformam em *espetáculo*. Na imprensa, as possibilidades que os veículos de comunicação de difundirem os acontecimentos de forma rápida e até instantânea, permitem uma nova relação do público com o aqui e agora dos eventos, mesmo aqueles que lhes escapam geograficamente ao alcance. Todavia, essa possibilidade de recriação do presente se realiza no jornalismo através de padrões técnicos.

Isso implica em escolhas objetivas por parte do profissional da notícia em torno da imagem que quer construir. «Não há essência na sociedade moderna. A realidade é objeto da contemplação (...) O espetáculo se apresenta como a própria sociedade. O espetáculo é uma visão de mundo que se objetivou. É, ao mesmo tempo, resultado e projeto (...) O mundo da objetividade escolhe o seu próprio conteúdo técnico». (DEBORD, 1997:13-20).

Ilustra essa situação a Guerra do Golfo, em 1991, que marcou um divisor de águas, na medida em que pela primeira vez uma guerra era transmitida ao vivo, em rede planetária e em tempo real, consagrando a *espetacularização* da notícia. Nesse evento, assim como em Kosovo em 1999, muito destaque foi dado aos ‘erros’ das armas sofisticadas do que às milhares de vítimas da tragédia. Esse evento mudou a relação da televisão com a notícia. Esta própria tornou-se notícia. «A TV, assim, goza da possibilidade de pautar o que vai ou não ser acontecimento político. Uma das conseqüências desse *Showrnalismo* é o total apagamento entre o real e o fictício» (ARBEX, 2001:30-32).

Autores identificados com a perspectiva pós-moderna avançam ainda nesse diagnóstico sobre o poder de recriação da realidade através dos meios de comunicação e sobre os seus efeitos na sociedade contemporânea. Com relação à visão global que caracterizaria a percepção das teorias críticas, Jamenson (1985) chama a atenção para a dissolução de velhas fronteiras, notadamente o desgaste entre a cultura erudita e a cultura popular. Esse autor também sustenta que essa imersão dos indivíduos em um *imaginário holístico* não se traduz necessariamente em uma assimilação consciente e construtiva.

Se, de fato, o sujeito perdeu sua capacidade de estender de forma ativa suas pretensões e retenções em um complexo temporal e organizar seu passado e seu futuro como uma experiência coerente, fica bastante difícil perceber como a produção cultural de tal sujeito poderia resultar e outra coisa que não um ‘amontoado de fragmentos’ e em uma prática da heterogeneidade a esmo do fragmentário, do aleatório. (JAMENSON: 2000:52).

Diferentemente da fragmentação existente no processo comunicativo do modelo administrativo, que é instrumental e que se relaciona a uma visão de mundo recortada pela superdimensão do determinismo dos meios sobre o sujeito, a fragmentação à que se referem os autores pós-modernos abrange um efeito político supra-real e destituído de coerência temporal. O indivíduo não é mais visto como um mero alvo dos meios, como um simples objeto manipulado. Ele é servido por uma multiplicidade de opções simbólicas, que também lhe alienam, mas agora transportando-lhe da realidade.

Nesse caso, a *influência* ocorre exatamente pela exploração do universo social, ainda que em direção à reconstrução da realidade em direção a novas significações. Nesse processo, onde impera a sensação de ‘poder tudo’ é propiciado ao receptor também a prerrogativa de agir - já que este é envolvido em um sentimento de *liberdade total*, pelo acesso a um todo *virtual* - mas não como ator transformador: seu papel se limita agora ao consumo desse universo ilusório que a comunicação lhe proporciona, pautando a sua vida pela descaracterização de um sentido global.

Atualmente, arvora-se para muitos que estamos assistindo a um acelerado processo

de decomposição dos suportes do real em seus variados aspectos. Ou seja, “libertados das cadeias de significação, os signos apartaram-se de qualquer referência ao ‘real’ e tornaram-se os elementos constitutivos do que Baudrillard (1993: 8) chama de hiper-realidade, a pura simulação de imagens e signos”. Portanto a pós-modernidade erigiu-se em decorrência de uma “atitude nascida do espanto, do desencanto, da amargura aflitiva, que procura se reconstruir em seguida como uma alternativa parcial, desprendida do sonho de arrogância, de unidade e poder” (Sevcenko, 1995: 45).

Por consequência, avalia o seu potencial referencial de reproduzir nos indivíduos essa mesma dispersão simbólica.

Um outro aspecto das possibilidades que se abrem a partir das novas tecnologias, e que é reparado na interpretação dos pós-modernistas, é a *quebra de fronteiras* entre povos e culturas. Através do acesso instantâneo permitido por recursos eletrônicos que progressivamente se popularizam (internet, DVD, celular, vídeo...), desenvolvem-se novos níveis de comunicação, que transformam a própria percepção de tempo e espaço. Essa integração entre universos distintos em um *não-lugar*² não se constitui uma troca simbólica que implique na construção de laços identitários, como observa FEATHERSTONE:

Pensamos, porém, que a comunicação, a

² Termo de Marc Auge. Atualmente observa-se mais a emergência dos não lugares: aeroportos, grandes centros comerciais, etc. estes lugares são vazios de conteúdos particulares, identitários, ou seja, um não-lugar representa uma cultura não localizada no tempo e no espaço, mas todos se sentem em casa. (AUGÉ, 1994:71-110).

informação, o contato com outras culturas, não nos tornaram sujeitos universalizados; apenas nos possibilitaram conhecer outras culturas sem sair da nossa. Dito de outro modo, permanecemos vivendo em nossas aldeias, só que agora com a possibilidade de saber o que se passa nas outras. Assim, como consequência, mesmo que paradoxal, o processo de globalização permitiu-nos evidenciar “a percepção de finitude e da ausência de limites do planeta e da humanidade”. Ao contrário de produzir homogeneidade, a globalização consentiu “familiarizar-nos com a maior diversidade, com a grande amplitude das culturas locais” (Featherstone, 1997:124).

2 Estímulo-resposta X Estímulo-consumo

Na medida em que se baseia no estímulo do espectador através do comportamento como condição primária, a *teoria hipodérmica* – desenvolvida na pesquisa administrativa – isola o contexto não relacionado ao ato comunicativo em si. Valoriza-se, assim, o comportamento, mas apenas na medida em que esse interfere na comunicação. A relação causa-efeito do modelo estímulo-resposta reduz o sujeito a um nível atomizado, alienado, primitivo. «se uma pessoa é apanhada pela propaganda pode ser controlada, manipulada, levada a agir» (idem, p.28). Nesse modelo da teoria administrativa, a abordagem se concentra na eficácia persuasiva. Dessa forma, predomina a noção de que os efeitos desejados podem ser *administrados* através de mensagens *adequadamente* estruturadas. (WOLF, op.cit:34).

Ainda que notem essa condição de isola-

mento que os meios impõe ao seu receptor, os pensadores da Escola de Frankfurt consideram essa relação em um nível mais profundo. Ao invés de situar o receptor como um ser vulnerável pela passividade ante ao estímulo externo, os frankfurtianos vêem os indivíduos na *era da reprodutibilidade técnica* como sujeitos que interagem com as novas tecnologias, cientes de que essas mediam o mundo à sua volta. Diferente do receptor apático que recebe o estímulo da *bala mágica* (magic ballet) da *teoria hipodérmica*, o homem-massa da *sociedade de consumo* se envolve em uma relação voluntária, embora esse condicionamento não aponte a um processo de libertação. Ao contrário, conduz a o *indivíduo massa* «a se engajar nas tarefas necessárias à manutenção do sistema econômico e social através do consumo estético massificados, articulados pela indústria cultural» (HOHFELDT, op.cit:133).

O estímulo-resposta sobre o emissor, que é objeto central no modelo empirista da *teoria dos efeitos ilimitados*, cede lugar na *sociedade de consumo* ao sujeito condicionado pelos estímulos da *sociedade espetacularizada*. A liberdade de dizer não existe entre as opções de escolha oferecidas por essa realidade virtual que ‘mostra, mas não dá’. Entretanto, negar essa *totalidade* que coloniza todo o imaginário do homem comum sujeita o receptor a negar-se enquanto ser social e, como consequência, negar a si mesmo. «sob o monopólio privado da cultura, *a tirania deixa o corpo livre e vai direto à alma. O mestre não diz mais: você pensará como eu ou morrerá. Ele diz: você é livre de não pensar como eu: sua vida, seus bens, tudo você há de conservar, mas de hoje em diante, você será um estrangeiro entre nós*». (ADORNO & HORKHEIMER, 1985:125).

3 Abordagem restritiva X Perspectiva estrutural

Mesmo que reconheçamos o valor da investigação e da verificação empírica, é preciso apontar a sua insuficiência em considerar a sociedade como um todo. Trata-se de um tipo de teoria que se situa claramente em um contexto social do tipo administrativo, e se concentra na dimensão prático-aplicável dos problemas investigados. (WOLF, op.cit:47).

Os pressupostos sobre a *sociedade de massa* em que se assenta a pesquisa norte-americana sobre comunicação, especificamente nas primeiras décadas do século XX, partem da percepção de que o *homem massa* é um ser isolado em meio à *multidão homogênea*. No contexto da industrialização progressiva, a sociedade é uma massa amorfa que se desconhece entre si, não possuindo tradições ou regras de comportamento ou estrutura organizativa (BLUMER apud WOLF, op.cit:25). Esse isolamento físico, espacial e simbólico é o ponto de partida de onde vai se construir a *teoria hipodérmica*. Esta considera o indivíduo como exposto e frágil diante dos *mass media*, que terão plena capacidade de manipulação sobre ele.

Essa ingerência do meio sobre o indivíduo é também sintoma de uma perspectiva comportamentalista (behaviorista) hegemônica na época. O objetivo da metodologia desenvolvida através desse modelo está resumido a uma relação de causa e efeito. Mesmo com o seu aperfeiçoamento, a partir do modelo de LASSWELL elaborado na década de 30 (Quem?/ Diz o Quê?/Em que canal?/Com que efeito?), o que percebe é que os papéis do comunicador e do destinatário situam-se isolados, independente das relações sociais e culturais. (WOLF, op.cit:30).

Mais tarde, Schramm, apoiado nas pesquisas realizadas por Merton, Kats e Lazarsfeld, revisa esse modelo, atribuindo aos *grupos primários* (família, amigos, colegas) um papel de mediadores no processo comunicativo. Assim, o automatismo imponente do meio sobre o indivíduo passa a ser ponderado por outras influências, decorrentes da *persuasão*. Desenvolve-se, a partir de então, a idéia de filtragem e reinterpretação (codificação/decodificação) entre os elos da cadeia comunicativa. Essa perspectiva terá mais a frente, no final da década de 60, importante papel nos *estudos dos efeitos de longo prazo* da pesquisa norte-americana (Newsmaking, Gattekepears, Sociologia dos emissores...).

A teoria crítica, associada à tradição europeia, evoluiu muito mais profundamente do que a pesquisa norte-americana no que se refere à percepção sobre a complexidade das relações entre o processo produtivo e a comunicação, particularmente em uma sociedade capitalista. Já nos estudos de Marx e Engels é possível a elaboração de uma concepção materialista do fenômeno comunicativo, ainda que aqueles dois pensadores não tenham sido teóricos da comunicação. Mesmo assim, encontram-se entre suas obras inúmeros escritos que pintem a elaboração de um paradigma relacionado ao universo comunicativo.

Aqueles pensadores centrais da teoria marxista, que viram no trabalho a base fundamental da estruturação e organização da sociedade moderna, deixaram para os teóricos da comunicação estudos que se constituíram uma ampla e rica fonte de análise científica das sociedades contemporâneas. Colaboraram, da mesma forma, para o desenvolvimento de uma visão do processo comunicativo enquanto fenômeno integrado às rela-

ções de produção e, portanto, como elemento determinante da práxis social através da mediação subjetiva.

Mas será no século XX, posterior ao período histórico vivido por Marx e Engels, que os pensadores da Escola de Frankfurt desenvolvem estudos que contextualizam a modernidade na dialética da razão. Denunciam, dessa forma, que a modernidade, sob o pretexto de emancipar o homem, coisificou-lhe na lógica avassaladora do consumo, vigente na era da reprodutibilidade técnica. (RUDIGER, op.cit:79) e (HOHFELDT, op.cit:134). Diferente do *indivíduo-massa*, isolado, apático e vulnerável ao fluxo comunicativo, que está resumido na interlocução *unidimensional* que povoa as primeiras fases da teoria administrativa, o *público perceptivo* que tem acesso à cultura em um nível *expositivo* dispõe do privilégio de inteirar-se de uma *segunda natureza* oferecida pelas câmeras. «ela [a descrição cinematográfica da realidade] oferece o que temos o direito de exigir da arte: um aspecto da realidade livre de qualquer manipulação pelos aparelhos, precisamente graças ao procedimento de penetrar, com os aparelhos, no âmago da realidade.» (BEJAMIN, 1955[1955]:187).

Nessa nova dimensão que a indústria transforma a cultura, sob a perspectiva frankfurtiana, muito mais do que um processo *estímulo-resposta* - característico dos primeiros modelos comunicacionais da Escola norte-americana - é percebida uma dimensão política capaz de multiplicar as formas de exposição e acesso cultural nas sociedades democráticas, expandir o universo perceptivo dos telespectadores e aprofundar as possibilidades de controle ou emancipação através desses meios. «ele [o cinema] explora

secretamente, no interesses de uma minoria de proprietários, a inquebrantável aspiração por novas condições sociais (...) a expropriação do capital cinematográfico é uma exigência prioritária do proletariado» (BEJAMIN, op.cit:185).

Por outro lado, em sua *Dialética do esclarecimento*, Adorno denuncia precisamente a desvirtuação das novas tecnologias. Na medida em que a relação com a obra de arte é apropriada pela lógica consumista nas sociedades capitalistas, a *indústria cultural* transforma a cultura em mercadoria. No campo da comunicação, observa Adorno, essa conversão implica na superficialização e atrofiamento do pensamento crítico.

os interesses dos inúmeros consumidores se prendem à técnica, não aos conteúdos (...) o telespectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação: não por sua estrutura temática - que desmorona na medida em que exige pensamento - mas através de sinais. Ela [a cultura] se confunde com a publicidade. Nas mais importantes revistas norte-americanas, *Life* e *Fortune*, o olhar fugidio mal pode distinguir o texto e a imagem publicitários do texto e imagem da parte redacional. (ADORNO, 1986 [1947]:127-128;151-152)

Constatamos, assim, a partir da Escola de Frankfurt, uma perspectiva que contextualiza o espectador em um processo político (o controle ideológico dos meios), decorrente de relações de produção que transformam a cultura em produto de consumo (a indústria cultural). Tão importante quanto as contradições que a teoria crítica desvenda ao apontar a dimensão econômica que a comunicação está envolvida nas relações entre mídia, cultura e sociedade, são as questões valora-

tivas que essa perspectiva teórica coloca no horizonte dos estudos sobre mídia e política.

Isso se viabiliza a partir da própria reinterpretação da cultura de massa e das formas de fruição, particularmente através dos meios comunicação de massa.

A falha está em formular o problema nesses termos *é bom ou mau que exista a cultura de massa?* (...) Quando, na verdade, o problema é: no momento em que a presente situação de uma sociedade industrial torna ineliminável aquele tipo de relação comunicativa conhecido como conjunto dos meios de massa, qual a ação cultural possível a fim de permitir que esses meios de massa possam veicular valores culturais? (ECO, 1993:50).

4 Tendências contemporâneas

Nas primeiras décadas do século XX, que marcam a evolução dos paradigmas dos estudos comunicativos em um nível mais articulado, os enfoques fechados e unidirecionais predominaram a produção teórica. Nesse período, um diferencial latente entre a pesquisa norte-americana e a européia é a focalização da primeira na influência dos meios de comunicação sobre o público, enquanto a segunda se concentrou mais nos determinismos estruturais do pensamento. (MERTON apud WOLF, op.cit:17).

Entretanto, à medida que se aprofundaram ambas perspectivas, começa lentamente a se desenvolver os pilares de uma Comunidade científica, que virá a promover pontos de convergências entre as duas correntes, melhor percebidas nas tendências contemporâneas. Um desses pontos, identificável em ambas tendências na prática científica atual é a compreensão sobre a necessidade de uma abordagem variada. A atenção de

ambas fixam-se agora nos efeitos de longo prazo.

Por outro lado, em termos concretos, pouco se verificou na assimilação mútua de princípios e estratégias operacionais entre a teoria crítica e pesquisa administrativa. Uma interpretação sobre essa dificuldade de aproximação diz respeito à interpretação redutora de cada uma das abordagens com relação à outra.

Dificuldade acentuada pelo fato de, para a teoria crítica, esse tipo de análise [da teoria administrativa] como momento autonomamente pertinente – ser irrelevante e acessório – estando já implícito na descrição dinâmica fundamental da sociedade industrial capitalista. (...) Quanto à pesquisa administrativa, a consciência da necessidade de um quadro de referência mais vasto no qual fixar o estudo de problemas específicos, atenuou-se frequentemente, devido (também) à pressão que o caráter institucional da pesquisa exercia em direção aos aspectos metodológicos e operativos do trabalho de investigação. (WOLF, 2002: 98-99).

Independente dessas motivações de ordem conceitual ou institucional, a pesquisa científica em comunicação avança através de outras motivações de ordem política e social. No caso da América Latina, como observa BERGER «as marcas da dependência estrutural, que evoca uma cultura de silêncio e da submissão, mas também, de resistência e de luta, são o pano de fundo na busca por compreender o que acontecia com a comunicação». (apud HOHLFELDT, op.cit:241). Essa leitura se ajusta, evidentemente à realidade brasileira, onde a concentração histórica de grandes conglomerados dos meios de comunicação inserem desafios sociais con-

cretos, sobre os quais a pesquisa científica não pode passar distante.

Em vista disso, é desejável que no desenvolvimento de novas abordagens teóricas nesse campo, se aliem a eficácia dos modelos experimentais - acumulada pela longa tradição da escola *administrativa*; a percepção social profunda da abordagem crítica - emergida desde a experiência da *Escola de Frankfurt*, enriquecidas ambas pelos olhares difusos e multidimensionais dos autores pós-modernos. Torna-se esta uma exigência premente para a compreensão sobre uma época em que comunicação, cultura e espetáculo se confundem sob o signo do capital, subvertendo a promessa emancipadora da modernidade. Nesse quadro, a comunicação se constitui, não apenas uma esfera de intervenção ética, política e profissional mas, sobretudo, cenário privilegiado de exploração científica no propósito de construção de uma nova ordem informacional libertadora e transparente.

5 Referências bibliográficas

- ADORNO, Theodor. W. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: *Dialética do esclarecimento*. RJ: Zahar, 1986 [1947].
- ARAÚJO, Carlos Albert; BERGER, Christa e RUDIGER Francisco. In: HOLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Pp. 119-241. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- ARBEX, Jr., José. *Showrnalismo*. Casa Amarela: 2001.
- AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas, SP: Papirus, 1994.
- BAUDRILLARD, Jean. *O Pós-Moderno Explicado às Crianças*. Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1993.
- BEJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: obras escolhidas: *Magia e técnica, arte e política*. SP: Brasiliense, 1985 [1955].
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. SP: Contraponto, 1997.
- ECO, Humberto. *Apocalípticos e integrados*. SP: Perspectiva, 1993.
- FEATHERSTONE, Mike. *O Desmanche da Cultura, Globalização, Pós-Modernismo e Identidade*. São Paulo, Studio Nobel, 1997.
- JAMESON, Frederic. *Pós-modernismo*. São Paulo: Ática, 1996.
- JAMESON, Frederic. Pós-modernidade e sociedade de consumo. In: *Novos estudos do CEBRAP*, n.12, jun, 1985.
- MATTELART, A., e M. *História das teorias da comunicação*. SP: Loyola, 2003.
- McQUAIL, D. (1979). The influence and effects of Mass Media. J. Curran, M. Gurevitch, J. Woolacott (Eds.). *Mass communication and society*. Londres: Sage. Apud: Agemda Setting. F.A. AZEVEDO, 2003. No prelo.
- ORTIZ, Renato. *Cultura e modernidade: a França do século XIX*. São Paulo, Brasiliense, 1991.

RÜDIGER, Francisco R. *Comunicação e Teoria Social Moderna*. POA: Fênix, 1995.

SANTOS, Jair Ferreira dos Santos. *O que é pós moderno?* Col. Primeiros Passos.

SEVCENKO, Nicolau. “O enigma pós-moderno”. In: *Pós-modernidade*. Campinas, Editora da UNICAMP, 1995.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1995.