

MATTOS, Sérgio. Observações sobre a pesquisa da comunicação em um país metropolitano: Estados Unidos. In: José Marques de Melo (Org.). **Teoria e Pesquisa em Comunicação: Panorama Latino americano**. São Paulo: INTERCOM/ Cortez Editora, 1983, pp. 35-41.

# **OBSERVAÇÕES SOBRE A PESQUISA DA COMUNICAÇÃO EM UM PAÍS METROPOLITANO: ESTADOS UNIDOS**

**Sérgio Mattos**

Universidade Federal a Bahia

Não pretendemos apresentar aqui, nesta mesa redonda do V Ciclo d Estudos Interdisciplinares da Comunicação, promovido pela INTERCOM, um levantamento global das tendências da pesquisa da comunicação nos Estados Unidos, nem realizar uma retrospectiva das mais variadas escolas teóricas deste campo em virtude da complexidade de tal tarefa e da limitação de tempo e espaço. Com este trabalho objetivamos apenas apresentar observações sobre algumas das tendências que constatamos a partir de nossa própria vivência em universidades americanas durante programa de pós-graduação.

Antes de mais nada, vale salientar que os estudos sobre comunicação de massa nos Estados Unidos, como outros setores das ciências sociais, em sido desenvolvidos, predominantemente, em resposta às exigências da sociedade industrial e capitalista americana em razão da forma pela qual a pesquisa da comunicação tem sido definida, financiada e realizada.

Partindo do ponto de vista de que nenhuma pesquisa é iniciada, organizada, executada ou aplicada dentro de um vazio social e político, podemos dizer que os órgãos financiadores de pesquisas da comunicação em geral tendem a influenciar direta e indiretamente as prioridades, as pesquisas de comunicação neste campo. De acordo com o órgão patrocinador, as pesquisas de comunicação podem refletir, por exemplo, as prioridades governamentais em vez de refletir a prioridades das populações; podem

ainda refletir as prioridades das populações; podem ainda refletir as prioridades das elites em vez das prioridades das camadas sociais menos favorecidas e assim por diante.

Cientes desta realidade, os pesquisadores americanos têm concentrados esforços para libertar a seleção do que será ou é estudado da influência do patrocinador (um dos meios é tentar realizar projetos de pesquisa de baixo custo a fim de limitar as possíveis influências do patrocinador, seja ele público ou privado).

Independente das tendências pragmáticas, da dependência da pesquisa da comunicação em órgãos patrocinadores que têm imposto mudanças básicas na seleção de tópicos e elaboração de pesquisas, durante os últimos 20 anos a pesquisa da comunicação tem refletido as mudanças da área das ciências sociais de um modo geral. Uma das principais mudanças (mais visível na Europa do que nos Estados Unidos) tem sido o desenvolvimento de uma perspectiva sociológica crítica que tem desafiado a supremacia das pesquisas positivistas. Portanto, neste trabalho tentamos também, grosso modo, identificar alguns dos principais elementos desta perspectiva crítica da pesquisa da comunicação, em contraste com a pesquisa convencional.

Antes de entrarmos nas observações a que nos propomos sobre a perspectiva crítica da pesquisa da comunicação, vale dizer que de modo geral a pesquisa da comunicação nos Estados Unidos tem sofrido uma mudança gradual da pesquisa aplicada para a pesquisa básica. Em outras palavras, Werner J. Severin e James W. Tankard explicam que a pesquisa da comunicação está mudando sua orientação pela busca de respostas específicas a perguntas que tratam de problemas imediatos para elaborar uma teoria que forneça explicações gerais de como os seres humanos se comunicam.<sup>1</sup>

Severin e Tankard afirmam de forma muito clara que a pesquisa da comunicação tem-se limitado à aplicação dos métodos de pesquisa usados pelas ciências sociais a fim de estudar os problemas com os quais os comunicadores estão envolvidos. Mesmo reconhecendo que as teorias e métodos de pesquisas nas ciências sociais não sejam tão “acurados e refinados” como aqueles utilizados nas ciências exatas (porque entender e rever o comportamento humano ainda é uma tarefa muito difícil) eles

---

<sup>1</sup> SEVERIN, Werner J. e TANKARD, James W. **Communication Theories: Origins, Methods, Uses**. New York: Hasting House Publishers, 1979, p. 25.

afirmam que mesmo assim os resultados obtidos são melhores do que as adivinhações sobre as quais a comunicação tem sido baseada.<sup>2</sup>

Severin e Tankard afirmam também que os resultados destas pesquisas têm, direta e indiretamente, contribuído, com informações necessárias, para ajudar na elaboração de projetos de comunicação e avaliar seus resultados. Informações estas que são obtidas, por exemplo, através de estudos sobre os efeitos dos veículos de massa sobre o conteúdo das mensagens transmitidas ou sobre os comunicadores em si. Em resumo, eles dizem que os métodos de pesquisa são instrumentos para ajudar os comunicadores a entenderem o processo de comunicação e preverem os efeitos de suas ações.<sup>3</sup>

Os debates sobre os métodos de pesquisa, sua aplicabilidade e a evolução teórica da comunicação têm sido intenso durante os últimos 30 anos. Observando estes fatos de uma maneira simplista, e direta, dentro da qual procuramos limitar este trabalho a fim de facilitar o entendimento sobre o surgimento de novas tendências na pesquisa da comunicação, podemos dizer que, de modo geral, os cientistas americanos têm baseado seus estudos em perspectivas evoluídas a partir das teorias e interpretações de Karl Marx e Max Weber sobre o desenvolvimento e subdesenvolvimento.

Mesmo sem a intenção de entrar no mérito ou detalhes de suas respectivas teorias sobre desenvolvimento e como elas influenciam na formação de novas tendências aplicadas à pesquisa da comunicação, vale dizer que tanto Marx como Weber focalizam o capitalismo, mas que enquanto o primeiro “procura por transformações na estrutura de base e tenta basear sua teoria em fatos da realidade histórica”, o segundo se contra “nos requisitos de desenvolvimento – enfatizando rotinização, eficiência, profissionalização ... e especialização - e relaciona sua teoria com concepções ideais.” Para alguns críticos, a perspectiva de Marx é caracterizada “como revolucionária e sua concepção de desenvolvimento como dinâmica, seu método como dialético.” Por outro lado, a concepção de desenvolvimento de Weber pode ser

---

<sup>2</sup> Idem, p. 270.

<sup>3</sup> Idem, p. 270-272.

caracterizada co,mo “evolucionária e idealista”, enquanto seu método é baseado em tipologias ideais.<sup>4</sup>

Em síntese, tanto o pensamento de Marx como o de Weber têm influenciado a emergência de uma prolífera literatura sobre desenvolvimento e subdesenvolvimento, dentro de duas perspectivas globais que identificamos como sendo ortodoxa e radical. Observe-se que seis são os principais tópicos abordados por essas duas perspectivas. Os teóricos ortodoxos apóiam os seguintes temas:

- a) Desenvolvimento Político;
- b) Desenvolvimento e Nacionalismo; e
- c) Modernização.

Já os teóricos radicais apóiam ou exploram as ideias de:

- 1) Subdesenvolvimento;
- 2) Dependência; e
- 3) Imperialismo.

Os teóricos da comunicação por sua vez, em suas tentativas para explicar, por exemplo, o crescimento dos sistemas de comunicação nos países do Terceiro Mundo, têm incorporado alguns dos conceitos defendidos por ortodoxos e radicais, quando estes discutem cada um dos sis tópicos acima mencionados.<sup>5</sup>

Dentro deste panorama podemos identificar, grosso modo, dois grupos de perspectivas de comunicação que congregam estas tendências, ou seja, a pesquisa convencional e a pesquisa que adota uma perspectiva crítica. Observe-se que sem um estudo mais profundo achamos ser muito perigosas as generalizações que podemos fazer sobre as perspectivas da **pesquisa convencional** da comunicação, que se dedica aos estudos de audiência, conteúdo das mensagens e do efeito das campanhas dos veículos de comunicação de massas etc. Acreditamos também que é ainda muito mais perigoso apresentarmos qualquer generalização sobre a emergente e **crítica perspectiva**

---

<sup>4</sup> CHILCOTE, Ronald D. **Theories of Comparative Politics: The Search for a Paradigm**. Boulder, Colorado: Westview Press, 1981, p. 272.

<sup>5</sup> Exemplos de como os teóricos da comunicação, ortodoxos e radicais percebem o desenvolvimento dos méis de comunicação a partir das teorias econômicas de desenvolvimento são analisados por Sérgio Mattos em sua tese de doutorado: **Domestic and Foreign Advertising in Television and Mass Media Growth: A Case Study of Brazil**, que foi defendida na Universidade do Texas, em Austin, em julho de 1982.

da comunicação. Vale salientar que, embora esta perspectiva tenha nascido basicamente sob orientação da escola acadêmica européia, ela continua refletindo as tendências da sociologia americana.

De acordo com James D. Halloran, que se tem destacado como um dos primeiros a estudar, definir e estruturar a emergente perspectiva crítica, a ênfase da **pesquisa convencional** tem refletido uma compreensão inadequada dos conceitos de desenvolvimento e sociedade, e da natureza do processo de comunicação quando, dentro da estrutura da ética protestante, aborda e enfatiza conceitos psicológicos ou individualistas como, por exemplo, empatia, imitação, e mudança de atitude, Halloran argumenta que restringir o entendimento da influência dos meios de comunicação de massa ao que pode ser estimado, por exemplo, através da mudança de atitude ou imitação, pode nos apresentar uma visão distorcida do papel e das funções dos meios de comunicação na sociedade.<sup>6</sup>

Em síntese, enquanto a **pesquisa convencional** tem-se limitado a questões de influência e efeito, nos últimos anos a **perspectiva crítica** tem sido dirigida para verificar a influência dos meios de comunicação de massa em termos associativos. A unidade de pesquisa não pé o indivíduo, mas, por exemplo, a influência dos veículos de massa em outras instituições e vice-versa. A **perspectiva crítica** tem estudado os meios através dos quais a realidade social é definida e tem concentrado sua atenção de maneira mais geral em cultura e sociedade.

É necessário dizer que a perspectiva crítica não ignora os problemas centrais dos meios de comunicação, mas também não considera estes problemas a partir dos pontos de vista ou definições oficiais ou dos pontos de vista e definições dos profissionais da comunicação. Seus pontos de partida são mais as questões sociais do nosso tempo e não necessariamente as básicas e tradicionais questões sobre os meios de massa como estas são definidas ilimitadamente pelos profissionais, proprietários ou agentes controladores (sejam eles concessionários ou reguladores).

---

<sup>6</sup> HALLORAN, James D. "The Context of Mass Communications Research." In **Communication and Social Structure: Critical Studies in Mass Media**. Ed. Emile G. McAnany et alli p. 21-57. New York: Praeger Publisher, 1981, p. 34-35.

Apesar dos perigos da supersimplificação, James D. Halloran enumera três das principais características da perspectiva crítica na pesquisa da comunicação. Segundo o estudioso americano, essas características são:

Primeiro e mais importante, a perspectiva crítica trata a comunicação como um processo social; segundo ela não estuda as instituições de massa isoladamente, mas em relação com outras instituições e dentro de um contexto social mais abrangente (nacional e internacional); e, terceiro, a perspectiva crítica conceitualiza a pesquisa em termos de estrutura, organização, profissionalização, socialização e participação, e assim por diante.<sup>7</sup>

Vale salientar que através desta emergente perspectiva crítica todos os aspectos do processo de comunicação, como um processo social, são ou devem ser estudados em relação a outros fatores da sociedade com os quais este processo se relaciona direta ou indiretamente. Entre estes fatores que influenciam no processo de produção, na seleção do que é produzido e em como o produto é utilizado, Halloran destaca os fatores históricos, econômicos, políticos, tecnológicos, profissionais e pessoais. Ele explica ainda que antes da emergência desta perspectiva, a pesquisa da comunicação concentrava-se e dava ênfase, por exemplo, ao uso, reação, efeito e influência dos veículos, sem prestar a devida e necessária atenção ao relacionamento e implicações entre propriedade, controle, estrutura, organização e produção dos veículos de comunicação de massa.

Halloran salienta também, em seu estudo sobre o contexto da pesquisa dos meios de comunicação de massa, que, de certa forma, a perspectiva crítica tem demonstrado a futilidade de se estudar a comunicação isoladamente do contexto sócio-econômico e cultural no qual ela se relaciona e se completa. Assim sendo, para exemplificar, podemos dizer que o estudo da política das comunicações não pode ser realizado sem a devida consideração ou relacionamento da mesma com outras leis e normas sociais que envolvem educação, cultura, economia, etc., tanto em nível nacional como internacional. Em resumo, o relacionamento entre as políticas de comunicação e educação, suas implicações e consequências de tal relacionamento devem ser estudados como um todo e não isoladamente.

---

<sup>7</sup> Idem, p. 28.

Vale salientar que apesar de esta emergente **perspectiva crítica** estar sendo cada vez mais utilizada por pesquisadores independentes no setor da comunicação, suas simplificações e ênfases não são aceitas pela maior parte dos pesquisadores americanos que, além de defenderem os métodos tradicionais, têm dirigido suas críticas a toda e qualquer forma de pensamento alternativo porque estes – eles temem – podem contribuir para a criação de sistemas alternativos.

Nos últimos anos, considerável atenção tem sido devotada a estudos comparativos de instituições que afetam ou influenciam o setor das comunicações como um resultado claro e evidente da influência da **perspectiva crítica**. De uma forma global, entretanto, a pesquisa da comunicação nos Estados Unidos continua a refletir as tendências da pesquisa tradicional, os interesses de vários grupos e ou fontes de recursos.

Para concluir, vale lembrar que os avanços tecnológicos também têm contribuído para mudanças na pesquisa da comunicação nos Estados Unidos. Como uma consequência direta desses avanços, a pesquisa tem sido dirigida para as novas tecnologias da comunicação, tais como transmissão via satélite, televisão a cabo e computadores, entre outros. Como diz Everett M. Rogers, o que é realmente importante para as pesquisas não é a nova tecnologia em si, mas como ela tem sido utilizada e organizada.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> ROGERS, Everett M. "Communication and Development: The Passing of the Dominant Paradigm." In **Communication and Development: Critical Perspectives**, ed. Everett M. Rogers, p. 121-148; Beverly Hills, California: Sage Publication, 1976, p.143.