

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO



Mass media: contextos e paradigmas
Novas tendências
Efeitos a longo prazo
O newsmaking

Textos de apoio

Quaisquer que sejam as possibilidades reais de proceder a observações empíricas em tomo de um esquema assim articulado, põe-se, no entanto, em destaque o facto de a hipótese dos «usos e satisfações» ter tido, sobretudo, o mérito de acelerar o obsoletismo do modelo comunicativo informacional, por um lado, e de fixar a teoria funcionalista à pesquisa empírica, por outro.

Ultrapassada por uma diferente orientação teórica a respeito do problema dos efeitos, a hipótese dos «usos e satisfações» diminuiu, pouco a pouco, a intensidade do seu «sucesso» próprio e entrou nas fileiras das aquisições já «clássicas» da communication research.

1.6. A teoria crítica

A «teoria crítica» representa a contracorrente de muita communication research, a pars destruens do tipo de conhecimento que vinha penosamente elaborando-se no âmbito «administrativo».

Como se disse na Introdução, um tema importante na discussão acerca da crise dos estudos sobre os mass media é o contraste entre pesquisa administrativa e teoria crítica, contraste polémico e rico de interpretações arbitrárias ao qual vale a pena voltar, depois de se terem exposto algumas questões fundamentais da teoria crítica.

1.6. 1. Linhas gerais da teoria crítica

Historicamente, a teoria crítica identifica-se com o grupo de investigadores que frequentou o Institut für Sozialforschung, de Frankfurt. Fundado em 1923, este Instituto torna-se um centro importante, adquirindo a sua identidade definitiva com a nomeação de Max Horkheimer para seu director. Com o advento do nazismo, o Instituto (conhecido, na época, como Escola de Frankfurt) é obrigado a fechar e os seus representantes principais emigram, primeiro para Paris, depois para várias universidades americanas e, finalmente, para o Institute of Social Research, em Nova Iorque. Reaberto em 1950, retoma a sua actividade de estudo e pesquisa, prosseguindo na atitude teórica que o tinha distinguido desde o início e que motivara a sua originalidade, isto é, na tentativa de 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 identidade central da teoria crítica configura-se, por um lado, como construção analítica dos fenómenos que investiga e, por outro, e simultaneamente, como capacidade para atribuir esses fenómenos às forças sociais que os provocam. Segundo este ponto de vista, a pesquisa social levada a efeito pela teoria crítica, propõe-se como teoria da sociedade entendida como um todo; daí, a polémica constante contra as disciplinas sectoriais, que se especializam e diferenciam progressivamente campos distintos de competência. Procedendo assim, essas disciplinas - vinculadas à sua correcção formal e subordinadas à razão instrumental - desviam-se da compreensão da sociedade como um todo e, por conseguinte, acabam

por desempenhar um função de manutenção da ordem social existente. A teoria crítica pretende ser o oposto, pretende evitar a função ideológica das ciências e das disciplinas sectorializadas.

Aquilo que, para estas últimas, constitui «dados de facto» é, para a teoria crítica, produto de uma situação histórico-social específica: «os factos que os sentidos nos transmitem são prefabricados socialmente de dois modos - através do carácter histórico do objecto percebido e através do carácter histórico do órgão perceptivo. Nem um nem outro são meramente naturais; são, pelo contrário, formados por meio da actividade humana» (Horkheimer, 1937, 25, citado em Rusconi, 1968).

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 dialéctica da economia política. Consequentemente, o ponto de partida da teoria crítica é a análise do sistema da economia de mercado: «desemprego, crises económicas, militarismo, terrorismo, a condição global das massas - como é sentida por elas - não se baseia nas possibilidades técnicas reduzidas, como era possível no passado, mas em relações produtivas já não adequadas à situação actual» (Horkheimer, 1937, 267).

Dentro das aquisições fundamentais do materialismo marxista, a originalidade dos autores da Escola de Frankfurt (de Horkheimer a Adorno, de Marcuse a Habermas) consiste em enfrentarem as temáticas novas que se aproveitam das dinâmicas societárias da época como, por exemplo, o autoritarismo, a indústria cultural e a transformação dos conflitos sociais nas sociedades altamente industrializadas. «Através dos fenómenos supra-estruturais da cultura ou do comportamento colectivo, a "teoria crítica" pretende penetrar no sentido dos fenómenos estruturais, primários, da sociedade contemporânea, o capitalismo e a industrialização» (Rusconi, 1968, 38).

É nesta perspectiva que, segundo a teoria crítica, todas as ciências sociais que se reduzem a meras técnicas de pesquisa, de recolha, de classificação dos dados «objectivos, vedam a si próprias a possibilidade de verdade, na medida em que, programaticamente, ignoram as suas intervenções sociais. É necessário «libertar-se da pobre antítese de estática e dinâmica sociais que se manifesta na actividade científica, em primeiro lugar, como antítese de doutrina conceptual da sociologia geral, por um lado, e como empirismo sem conceptualização, por outro» (Horkheimer - Adorno, 1956, 39).

A teoria crítica propõe-se realizar aquilo que escapa sempre à sociologia ou que para a sociologia sempre remete, ou seja, uma teoria da sociedade que implique uma avaliação crítica da própria construção científica.

A sociologia transforma-se em crítica da sociedade no momento exacto em que não se limita a descrever as instituições e os processos sociais e a reflectir sobre eles para, pelo contrário, os confrontar com a vida daqueles a que se sobrepõem as instituições e de que eles próprios vêm a fazer parte das mais variadas maneiras. Quando a reflexão sobre o que é a «sociedade» perde de vista a tensão existente entre instituições e vida, e procura, por exemplo, dissolver o social no natural, não faz um esforço para a libertação da pressão das instituições: pelo contrário, corrobora numa segunda mitologia, a ilusão idealizada de qualidades inatas que faria realçar aquilo que surge precisamente por intermédio das instituições sociais (Horkheimer - Adorno, 1956, 36).

Ou, como diz mais enfaticamente Marcuse,

«os fins específicos da teoria crítica são a organização de uma vida em que o destino dos indivíduos seja dependente não já do acaso e da cega necessidade de incontrolados laços económicos, mas da realização programada das possibilidades humanas» (Marcuse, 1936, 29, citado em Rusconi, 1968).

Nesta obra, a apresentação do pensamento complexo e multiforme dos autores da Escola de Frankfurt não pode deixar de ser sintética e centrada, sobretudo em temas mais próximos do assunto dos mass media. Por conseguinte, este é apenas o quadro de fundo em que se colocam os elementos de uma teoria dos mass media e, entre eles e em particular, a análise da indústria cultural.

1.6.2. A indústria cultural como sistema

O termo «indústria cultural» foi utilizado pela primeira vez por Horkheimer e Adorno na Dialéctica do Iluminismo (texto iniciado em 1942 e publicado em 1947), onde se descreve a «transformação do progresso cultural no seu contrário, a partir de análises de fenómenos sociais característicos da sociedade americana, entre os anos 30 e os anos 40. Nas notas anteriores à edição definitiva da Dialéctica do Iluminismo, empregava-se o termo «cultura de massa». A expressão foi substituída por «indústria cultural» para o suprimir, e desde o início a interpretação corrente é a de que se trate de uma cultura que nasce espontaneamente das próprias massas, de uma forma contemporânea de arte popular.

A realidade da indústria cultural é totalmente diferente: «filmes, rádio e semanários constituem um sistema. Cada sector se harmoniza entre si e todos se harmonizam reciprocamente» (Horkheimer - Adorno, 1947, 130). Os investigadores fornecem explicações e justificações deste sistema em termos tecnológicos: o mercado de massas impõe estandardização e organização; os gostos do público e as suas necessidades impõem estereótipos e baixa qualidade. Acontece, porém, que é precisamente «neste círculo de manipulação e de necessidade que dela deriva, que a unidade do sistema se reduz cada vez mais. Mas não se diz qual o ambiente em que a técnica adquire tanto poder sobre a sociedade. Actualmente, a racionalidade técnica é a racionalidade do próprio domínio» (Horkheimer - Adorno, 1947, 131). A estratificação dos produtos culturais, segundo a sua qualidade estética ou o seu interesse, é perfeitamente adequada à lógica de todo o sistema produtivo: «o facto de se oferecer ao público uma hierarquia de qualidade em série serve apenas à quantificação mais completa» (ibid.); sob as diferenças, permanece uma identidade de fundo mal disfarçada - a identidade do domínio que a indústria cultural exerce sobre os indivíduos; «aquilo que a indústria cultural oferece de continuamente novo não é mais do que a representação, sob formas sempre diferentes, de algo que é sempre igual; a mudança oculta um esqueleto, no qual muda tão pouco como no próprio conceito de lucro, desde que este adquiriu o predomínio sobre a cultura» (Adorno, 1967, 8). No sistema da indústria cultural, o processo operativo integra cada elemento, «desde o enredo do romance que tem já em mira as filmagens, até ao último dos efeitos sonoros» (Horkheimer - Adorno, 1947, 134): os cineastas examinam com desconfiança qualquer manuscrito em que não se encontre já um tranquilizante best-seller.

Este sistema condiciona, evidentemente, de uma forma total, o tipo e a função do processo de consumo e a sua qualidade, bem como a autonomia do consumidor. Cada uma destas forças é englobada na produção. «Kant antecipou intuitivamente aquilo que, conscientemente, só foi realizado em Hollywood: as imagens são censuradas previamente, no próprio acto da sua produção, segundo os modelos do intelecto de acordo com o qual deverão ser contempladas» (Horkheimer - Adorno, 1947, 93). A máquina da indústria cultural, ao preferir a eficácia dos seus produtos, determina o consumo e exclui tudo o que é novo, tudo o que se configura como risco inútil.

1.6.3. O indivíduo na era da indústria cultural

Na era da indústria cultural, o indivíduo deixa de decidir autonomamente; o conflito entre impulsos e consciência soluciona-se com a adesão acrítica aos valores impostos: «aquilo a que outrora os filósofos chamavam vida, reduziu-se à esfera do privado e, posteriormente, à do consumo puro e simples, que não é mais do que um apêndice do processo material da produção, sem autonomia e essência próprias» (Adorno, 1951, 3).

O homem encontra-se em poder de uma sociedade que o manipula a seu bel-prazer: «o consumidor não é soberano, como a indústria cultural queria fazer crer, não é o seu sujeito, mas o seu objecto» (Adorno, 1967, 6).

Embora os indivíduos acreditem que, nos seus tempos livres, se subtraem aos rígidos mecanismos produtivos, na realidade, a mecanização determina tão integralmente o fabrico dos produtos de divertimento que aquilo que se consome são apenas cópias e reproduções do próprio processo de trabalho. «O pretensso conteúdo é apenas uma pálida fachada; aquilo que se imprime é a sucessão automática de operações reguladas. Só pode fugir-se ao processo de trabalho na fábrica ou no escritório, adaptando-se a ele nos tempos livres» (Horkheimer - Adorno, 1947, 148).

Desta continuidade resulta que, à medida que as posições da indústria cultural se consolidam e solidificam, mais podem agir sobre as necessidades do consumidor, guiando-o e disciplinando-o. A totalidade do processo social perdeu-se irremediavelmente de vista, ocultou-se: a apologia da sociedade liga-se intrinsecamente à indústria cultural. «Divertir-se significa estar de acordo [...]; significa sempre: não dever pensar, esquecer a dor mesmo onde essa dor é exibida. Na sua base, está a impotência. É efectivamente, fuga; não, como se pretende, fuga da feia realidade mas da última ideia de resistência que a realidade pode ainda ter deixado. A libertação prometida pelo amusement é a do pensamento como negação. A falta de pudor do pedido retórico "olha para o que as pessoas querem!" é o facto de se apelar para as pessoas, que se tem por missão desabituar da subjectividade, como se se tratasse de sujeitos pensantes» (Horkheimer - Adorno, 1947, 156).

A individualidade é substituída pela pseudo-individualidade. o sujeito encontra-se vinculado a uma identidade sem reservas com a sociedade. A ubiquidade, a repetitividade e a estandardização da indústria cultural fazem da moderna cultura de massa um meio de controlo psicológico inaudito. Se «no séc. XVIII, o próprio conceito de cultura popular, voltado para a emancipação da tradição absolutista e semifeudal, tinha um significado de progresso, acentuando a autonomia do indivíduo como ser capaz de tomar as suas decisões» (Adorno, 1954, 383), na época actual, a indústria cultural e uma estrutura social cada vez mais

hierárquica e autoritária transformam a mensagem de uma obediência irreflexiva em valor dominante e avassalador.

Quanto mais indistinto e difuso parece ser o público dos modernos mass media, mais os mass media tendem a conseguir a sua «integração». Os ideais de conformismo e de formalismo estavam associados aos romances populares desde o seu início. No entanto, actualmente, esses ideais foram traduzidos sobretudo em indicações precisas acerca do que se deve e do que se não deve fazer. A explosão dos conflitos é preestabelecida e todos os conflitos são meras imitações. A sociedade é sempre a vencedora e o indivíduo não passa de um fantoche manipulado pelas normas sociais (Adorno, 1954, 384).

A influência da indústria cultural, em todas as suas manifestações, leva a alterar a própria individualidade do consumidor, que é como o prisioneiro que cede à tortura e acaba por confessar seja o que for, mesmo aquilo que não fez.

Algo de semelhante acontece com a resistência do ouvinte [de música ligeira ou popular] em virtude da enorme quantidade de forças que agem sobre ele. Assim, a desproporção entre a força de cada indivíduo e a estrutura social concentrada que pesa sobre ele, destrói a sua resistência e, simultaneamente, provoca nele uma má consciência motivada pela sua vontade de resistir. Quando a música ligeira se repete com tal intensidade que deixa de parecer um meio para parecer um elemento intrínseco ao mundo natural, a resistência assume um aspecto diferente, porque a unidade da individualidade começa a desmoronar-se. (Adorno, 1941, 44).

1.6.4. A qualidade do consumo dos produtos culturais

Os produtos da indústria cultural, «desde o mais típico, o filme sonoro, paralisam [a imaginação e a espontaneidade] pela sua própria constituição objectiva. São feitos de tal modo que a sua adequada apreensão exige não só prontidão de instinto, dotes de observação e competência específica como também são feitos para impedir a actividade mental do espectador, se este não quiser perder os factos que lhe passam rapidamente pela frente» (Horkheimer - Adorno, 1947, 137).

Construídos propositadamente para um consumo descontraído, não comprometedor, cada um desses produtos reflecte o modelo do mecanismo económico que domina o tempo do trabalho e o tempo do lazer. Cada qual volta a propor a lógica da dominação que não se poderia apontar como efeito de um simples fragmento mas que é, pelo contrário, próprio de toda a indústria cultural e do papel que ela desempenha na sociedade industrial avançada.

O espectador não deve agir pela sua própria cabeça: o produto prescreve todas as reacções: não pelo seu contexto objectivo - que desaparece mal se volta para a faculdade de pensar - mas através de sinais. Qualquer conexão lógica que exija perspicácia intelectual, é escrupulosamente evitada (Horkheimer - Adorno, 1947, 148).

Enquanto, nos romances populares de Dumas ou Sue, a moral da história era continuamente entrecruzada por enredos secundários, por infundáveis tramas proliferantes e os leitores podiam deixar-se arrastar por esse surpreendente jogo narrativo, hoje, isso não acontece:

cada espectador de um filme policial televisivo sabe com absoluta certeza como se chega ao fim. A tensão só é mantida superficialmente e é impossível obter um efeito sério. Pelo contrário, o espectador sente, durante toda a emissão, que está num terreno seguro (Adorno, 1954, 381).

O mesmo acontece no domínio da música ligeira: a sua audição «não é manipulada apenas pelos seus promotores mas, de uma certa forma, também pelo carácter intrínseco da própria música, num sistema de mecanismos de resposta completamente antagónicos do ideal de individualidade próprio de uma sociedade livre» (Adorno, 1941, 22).

A música ligeira ou popular é feita de tal modo que o processo de tradução da unicidade numa regra está já planificado e conseguido na própria composição. «A composição ouve pelo ouvinte. É desta forma que a música ligeira despoja o ouvinte da sua espontaneidade e fomenta reflexos condicionados» (Adorno, 1941, 22). Assemelha-se em tudo, e por tudo, a um questionário de escolha múltipla: quem o preenche está limitado a alternativas muito precisas e previamente fixadas. Enquanto, na música clássica, todos os elementos de reconhecimento são organizados numa totalidade única, na qual adquirem o seu sentido - assim como, numa poesia, cada palavra adquire o seu significado a partir da unidade e da totalidade da poesia e não da sua utilização quotidiana, mesmo que o reconhecimento do significado denotativo, nessa utilização, seja já um pré-requisito da compreensão do seu significado na poesia -, na música ligeira, «é precisamente a relação entre o que se reconhece e o que é novo que é destruída. O reconhecimento torna-se um fim e não um meio [...]. Nesse género de música, reconhecimento e compreensão devem coincidir,

ao passo que, na música séria, a compreensão é o acto através do qual o reconhecimento leva a extrair algo de novo» (Adorno, 1941, 33).

Num consumo deste tipo, a linguagem da música «é transformada, por processos objectivos, numa linguagem que os consumidores pensam ser a sua, uma linguagem que serve de receptáculo às suas necessidades institucionalizadas. Quanto menos é, para eles, uma linguagem sui generis, mais a música é usada como receptáculo. A autonomia da música é substituída por uma mera função sociopsicológica» (Adorno, 1941, 39).

Não é só a música, naturalmente, que sofre uma perda de expressividade semelhante: nas outras linguagens, acontece também uma espécie de easy listening. Se «a leitura como acto de percepção e de apercepção traz provavelmente consigo um certo tipo de interiorização - o acto de ler um romance está bastante próximo de um monólogo interior -, a visualização dos mass media modernos tende para a exteriorização. A ideia de interioridade [...] cede perante sinais ópticos inequívocos que podem ser captados com um olhar» (Adorno, 1954, 382).

1.6.5. Os «efeitos» dos mass media

Estas são algumas das características essenciais da indústria cultural; é evidente que nenhum tipo de análise dos meios de comunicação de massa pode ignorá-las e muito menos uma análise dos chamados efeitos dos mass media. Mesmo o interesse por um meio específico como a televisão e a sua linguagem, não deve prescindir do contexto económico, social e cultural em que esse meio opera.

Portanto, o primeiro facto a constatar é que «os mass media não são apenas a soma total das acções que descrevem ou das mensagens que essas acções irradiam. Compõem-se também de vários significados sobrepostos uns aos outros: todos contribuem para o resultado» (Adorno, 1954, 384).

A estrutura multiestratificada das mensagens reflecte a estratégia de manipulação da indústria cultural:

tudo quanto ela comunica foi organizado por ela própria com o objectivo de seduzir os espectadores a vários níveis psicológicos, simultaneamente. Com efeito, a mensagem oculta pode ser mais importante do que a que se vê, já que aquela escapará ao controlo da consciência, não será impedida pelas resistências psicológicas aos consumos e penetrará provavelmente no cérebro dos espectadores (ibid.).

Qualquer estudo sobre os mass media que não seja capaz de se aperceber dessa estrutura multiestratificada e, acima de tudo, dos efeitos das mensagens ocultas, coloca-se numa perspectiva limitada e desviante. É precisamente essa incúria que, até agora - como observa Adorno - tem caracterizado a análise da indústria cultural.

As relações, manifestas e latentes, entre os diversos níveis das mensagens são, naturalmente, tudo menos simples de entender e de estudar; não são, porém, casuais ou privadas de finalidade, pelo contrário, geram a

tendência para canalizar a reacção do público, o que ombreia com a suspeita largamente partilhada, ainda que difícil de confirmar com dados exactos, de que, actualmente, a maioria dos espectáculos televisivos visa a produção ou, pelo menos, a reprodução de muita mediocridade, de inércia intelectual e de credulidade que parecem adequar-se aos credos totalitários, mesmo que a mensagem explícita e visível dos espectáculos possa ser antitotalitária (Adorno, 1954, 385).

A manipulação do público - perseguida e conseguida pela indústria cultural entendida como forma de domínio das sociedades altamente desenvolvidas - passa assim para o meio televisivo, mediante efeitos que se põem em prática nos níveis latentes das mensagens. Estas fingem dizer uma coisa e dizem outra, fingem ser frívolas mas, ao situarem-se para além do conhecimento do público, reforçam o seu estado de servidão. Através do material que observa, o observador é continuamente colocado, sem o saber, na situação de absorver ordens, indicações, proibições.

1.6.6. Os géneros

A estratégia de domínio da indústria cultural vem, portanto, de longe e dispõe de múltiplas tácticas. Uma delas consiste na estereotipização.

Os estereótipos são um elemento indispensável para se organizar e antecipar as experiências da realidade social que o sujeito leva a efeito. Impedem o caos cognitivo, a desorganização mental, constituem, em suma, um instrumento necessário de economia na aprendizagem. Como tal, nenhuma actividade pode prescindir deles; todavia, na evolução histórica da indústria cultural, a função dos estereótipos alterou-se e modificou-se profundamente.

A divisão do conteúdo televisivo em vários géneros (jogos policiais, comédia, etc.) conduziu ao desenvolvimento de formas rígidas, fixas, importantes porque definem

o modelo de atitude do espectador, antes de este se interrogar acerca de qualquer conteúdo específico, determinando assim, em larga medida, o modo como esse conteúdo é percebido. Por isso, para se compreender a televisão, não basta destacar as implicações dos vários espectáculos e dos vários tipos de espectáculo; deve examinar-se também os pressupostos em que essas implicações funcionam, antes de se pronunciar uma única palavra. É importantíssimo que a classificação dos espectáculos tenha ido tão longe que o espectador se aproxima de cada um deles com um modelo estabelecido de expectativas, antes de se encontrar perante o próprio espectáculo (Adorno, 1954, 388).

É esta a mudança de funções que a estereotipização da matéria cultural sofre: como esta é o triunfo do capital investido - que se interessa pelos indivíduos apenas como clientes e empregados - a tendência progressiva da estereotipização para se transformar num conjunto de protocolos, é imparável. Mas «quanto mais os estereótipos se materializam e fortalecem [...], provavelmente, tanto menos as pessoas modificarão as suas ideias preconcebidas com o aumento da sua experiência. Quanto mais dura e complicada é a vida moderna, mais as pessoas se sentem tentadas a agarrar-se a clichés que parecem conferir uma certa ordem àquilo que, de outra forma, seria incompreensível. Assim, as pessoas podem não só ser privadas da verdadeira compreensão da realidade como também a sua capacidade de entenderem a experiência da vida pode ser fundamentalmente enfraquecida com o uso constante de óculos fumados» (Adorno, 1954, 390).

«Mas seria inútil esperar que a pessoa, contraditória e decadente em si mesma, não possa durar gerações, que, nesta cisão psicológica, o sistema deva mudar e que a falsa substituição do individual pelo estereótipo deva tornar-se intolerável para os homens» (Horkheimer - Adorno, 1947, 16).

1.6.7. Teoria crítica versus pesquisa administrativa

Quando analisa a indústria cultural, a teoria crítica - que denuncia a contradição entre indivíduo e sociedade como um produto histórico da divisão de classes e que se opõe às doutrinas que descrevem essa contradição como um dado natural - exprime, sobretudo, a sua tendência para tratar a mentalidade das massas como um dado imutável, um pressuposto da sua própria existência.

O contraste radical entre a teoria crítica e as doutrinas que, sectorializando-se, não conseguem interpretar os fenómenos sociais na sua complexidade, manifesta-se também se compararmos os estudos sobre os mass media que se iam desenvolvendo na sociedade americana.

Já se observou que, segundo a teoria crítica, os métodos de pesquisa empírica não penetram na objectivação dos factos nem na estrutura ou nas implicações do seu fundamento histórico; pelo contrário, provocam a fragmentação do todo social «numa série de "objectos" artificialmente pedidos a várias ciências especializadas. A principal característica do facto social, a sua dinâmica histórica, é a primeira a faltar» (Rusconi, 1968, 261). Isso acontece também com a análise da indústria cultural: se o comportamento mais comum de quem se ocupa do sector é estar atento para o não subvalorizar, é, porém, incontroverso que «por amor ao seu papel social, são reprimidas ou, pelo menos, excluídas da chamada sociologia da comunicação, perguntas embaraçosas acerca da sua qualidade, da sua verdade ou da sua falsidade e do valor estético daquilo que ela comunica» (Adorno, 1967, 10).

A pesquisa sobre os meios de comunicação de massa parece fortemente inadequada, porque se limita a estudar as condições presentes, acabando por se inclinar para o monopólio da indústria cultural. Assim, acontece que, para lá da fachada, a pesquisa trata essencialmente do modo de manipular as massas ou de atingir melhor determinados objectivos inerentes ao sistema existente. «Naturalmente que, no âmbito do Princeton Project, parecia não existir muito espaço para uma pesquisa social de carácter crítico. A Fundação Rockefeller, que encomendara o projecto, ordenava expressamente que as pesquisas fossem conduzidas dentro dos limites do sistema radiofónico comercial vigente nos Estados Unidos. Por conseguinte, subentendia-se que o próprio sistema, as suas consequências culturais e sociológicas e os seus pressupostos sociais e económicos, não deviam ser analisados» (Adorno, 1971, 261).

Pelo contrário, segundo a teoria crítica, é necessário discutir os objectivos: por exemplo, se a pesquisa «administrativa» coloca a questão de como conseguir incrementar a audição da boa música, através dos mass media, a teoria crítica defende que «não se deveria estudar o comportamento dos ouvintes sem se ter em consideração até que ponto esse comportamento reflecte mais amplos esquemas de comportamento social e, mais ainda, até que ponto é condicionado pela estrutura da sociedade considerada como um todo» (Adorno, 1950, 416). Numa estratégia de análise tão totalizante, são igualmente recusados os métodos da pesquisa administrativa, as suas fontes normais de dados. «Aquilo que, segundo as normas predominantes na pesquisa social, era axiomático e, mais precisamente, o partir das reacções dos indivíduos como se fossem uma fonte primária de conhecimento sociológico, parecia-me completamente superficial e errado»

(Adorno, 1971, 261). Se a indústria cultural anula toda a individualidade e qualquer ideia de resistência, se aquilo que triunfa é o pseudo-individualismo, que, na realidade, mascara a aceitação excessiva dos valores impostos, confiar nos espectadores como fontes credíveis de conhecimentos reais acerca dos processos comunicativos da indústria cultural significa encobrir qualquer possibilidade de compreensão. A ilusão do pseudo-individualismo deve reforçar «o ceticismo para com toda a informação de primeira mão recebida dos ouvintes. Devemos tentar compreendê-los melhor do que eles se compreendem a si próprios» (Adorno, 1950, 420).

Este é um aspecto muito importante da oposição entre teoria crítica e pesquisa administrativa: a teoria crítica - defende Adorno - é capaz de «levar por diante a relação entre teoria e fact-finding, uma relação cuja urgência se sente continuamente, mas que continua a adiar-se, sem pretender com isso que a polaridade demasiado abstracta, existente nos dois aspectos, possa modificar-se» (Adorno, 1962, XX).

Sem excluir a investigação e a verificação empírica, mas defendendo a necessidade de as enquadrar na compreensão da sociedade como um todo, a teoria crítica acaba, de facto, com o privilégio da abordagem especulativa do método empírico, até porque, não o esqueçamos, em cada simples produto da indústria cultural, é já possível ler, em filigrana, o modelo do gigantesco e poderoso mecanismo económico.

Os dados recolhidos empiricamente permitirão apenas analisar as relações inerentes ao sistema produtivo, não as suas ligações com a dinâmica histórica, ou seja, com a característica constitutiva de cada fenómeno social. Por exemplo, a música de massas, à semelhança de qualquer outro produto da indústria cultural, funciona como um «cimento social», mas esta lógica, que é inerente às mensagens, é «inacessível» para os seus consumidores (Adorno, 1941). A pesquisa administrativa, pelo contrário, descarta programaticamente esse aspecto crucial e desenvolve-se dentro dos quadros institucionais da indústria cultural.

O contraste entre as duas tendências de pesquisa comunicativa é, pois, de fundo e nasce, em primeiro lugar, do perfil global da teoria crítica, da sua polémica contra a renúncia da sociologia empírica a todo e qualquer momento de auto-reflexão sobre os seus próprios métodos e princípios. Desta diversidade radical resulta, como consequência lógica, uma diferente concepção dos próprios mass media. Para a teoria crítica, trata-se de instrumentos de reprodução de massa que, na liberdade aparente dos indivíduos, reproduzem as relações de força do aparelho económico e social.

A pesquisa administrativa, por seu lado, interpreta-os como

instrumentos utilizados para atingir determinados objectivos: vender mercadorias, elevar o nível intelectual da população ou melhorar a sua compreensão das políticas governativas. Seja como for, a pesquisa tem por função tornar o instrumento comunicativo mais compreensível e conhecido para quem o quiser utilizar para uma finalidade específica, de modo a facilitar o seu uso (Lazarsfeld, 1941, 2).

Por um lado, esta irrelevância dos objectivos - em relação aos quais a pesquisa administrativa se coloca como serviço que as agências administrativas, públicas ou privadas, utilizam -, é entendida pelo próprio Lazarsfeld como um elemento sobre o qual recaem as objecções da teoria crítica; por outro, foi muitas vezes interpretado, posteriormente, como uma irrelevância e uma insignificância teórica.

No que respeita ao primeiro ponto, Lazarsfeld observa que não é possível

procurar atingir um objectivo específico e estudar os meios para o atingir, isolando-o da situação histórica global em que o objectivo e a pesquisa dos meios se situam. Os modernos meios de comunicação transformaram-se em instrumentos tão complexos que, onde quer que sejam utilizados, produzem nas pessoas efeitos muito mais importantes do que tudo o que pretenda obter quem os administra: para além disso, esses meios são de uma tal complexidade que deixam às agências que os administram muito menos escolha do que julgam ter. O pensamento da pesquisa crítica opõe-se à prática da pesquisa administrativa na medida em que exige que, previamente e associado a qualquer objectivo espec(ífico que se queira atingir, se deve analisar a função global dos meios de comunicação de massa no sistema social actual (Lazarsfeld, 1941, 9).

Nesta «interpretação» da teoria crítica que Lazarsfeld faz, está, porém, já implícita uma dimensão «operativa», «aplicativa» que se, por um lado, prefigura uma integração auspiciosa das duas tendências, por outro, contudo, «traí» a coerência interna da abordagem especulativa da teoria crítica. «Pensava que a tarefa que se adaptava a mim e que, objectivamente, me era confiada, era a de interpretar os fenómenos e não a de atestar, escolher e classificar os factos e torná-los disponíveis como informação [...]. Naturalmente, e nisso consiste o meu equívoco (mas só muito mais tarde me apercebi), não me pediam para compreender a relação entre a música e a sociedade, mas para fornecer informações. Senti uma forte resistência interior em corresponder a esse pedido que modificava totalmente a minha maneira de ser [...]. Traduzir as minhas reflexões em termos de pesquisa era, para mim, como resolver a quadratura do círculo»

(Adorno, 1971, 257; 262; 265). Assim, por exemplo, na «aplicação» da teoria crítica, Lazarsfeld descreve quatro níveis sucessivos:

- a. uma teoria sobre as tendências de fundo que conduzem àquilo que ele define como uma «cultura promocional»;
- b. as análises de fenómenos específicos para ilustrar o seu contributo para o reforço da tendência dominante;
- c. as consequências sobre a estrutura da personalidade que se manifestam;
- d. as considerações sobre possíveis alternativas.

Ainda mais revelador da «interpretação em linguagem administrativa» da teoria crítica é um exemplo de Lazarsfeld sobre o modo como ela pode estimular a pesquisa empírica:

se se estudam os efeitos da comunicação, por mais elaborados que sejam os métodos utilizados, está-se apto a estudar apenas os efeitos dos materiais, radiofónicos ou impressos, actualmente difundidos. A pesquisa crítica estará interessada sobretudo naquele material que, pelo contrário, não tem acesso aos canais de comunicação de massa: quais as ideias e formas expressivas que são eliminadas antes de alcançarem o grande público, por não parecerem suficientemente interessantes para a audiência mais vasta, por não garantirem um rendimento suficiente em relação ao capital investido ou por as tradicionais formas de apresentação não serem adequadas a elas? (Lazarsfeld, 1941, 14).

Se, como se vê, a pesquisa administrativa mais atenta e consciente tende a «operativizar» a teoria crítica, desnaturando-a, não faltam, porém, os equívocos tão-pouco da outra parte, sobretudo na interpretação da pesquisa administrativa que os defensores da teoria crítica difundiram. Tal pesquisa foi apresentada como teoricamente irrelevante, privada não só de uma análise adequada do contexto socioeconómico mas também de uma visão global dos problemas eventuais⁷.

Na realidade, a redução da pesquisa aos objectivos práticos nem sempre comportou ausência de teoria ou escassa problematização dos fenómenos investigados; já se viu a propósito do conceito de líder de opinião (ver 1.4.2.) ou a propósito da necessidade de utilizar simultaneamente três estratégias de pesquisa diferentes na análise da audição radiofónica (ver 1.4. 1.). Há, contudo, outros exemplos que o testemunham:

a rádio pode favorecer muitas tendências para a centralização, a standardização e a formação das massas, tendências que parecem predominar na nossa sociedade. Mas, de entre os numerosos desenvolvimentos alternativos que podem agora prefigurar-se, muito poucos conduzirão a uma «oscilação da balança». Esses resultarão de poderosas forças sociais que, nos próximos decénios, influenciarão a rádio muito mais do que por ela serão influenciadas. É certo que as inovações tecnológicas têm uma tendência intrínseca para provocarem mudanças sociais. Contudo, no que respeita à rádio, todos os elementos revelam ser inverosímil que ela venha a ter, por si própria, profundas consequências sociais, num futuro próximo. Na América, actualmente, a comunicação radiofónica é feita para vender mercadorias e grande parte dos outros possíveis efeitos da rádio está submergida num mecanismo social que destaca ao máximo o efeito comercial. Não há tendências funestas operando no meio radiofónico.

⁷ É indubitável que estas lacunas caracterizam parte da pesquisa administrativa, mas nem toda a pesquisa administrativa pode ser identificada em tais limites. O baixo perfil da pesquisa empírica mais fragmentária é descrito num trabalho de Lowry (1979) que analisa sete revistas americana, do sector comunicativo (Audio-Visual Communication Review; Journal of Advertising Research; Journal of Broadcasting; Journal of Communication; Journalism Quarterly; Journal of Speech; Speech Monograph). Daí resulta que, nos anos 1970 a 1976, a pesquisa comunicativa típica é um estudo privado de dimensão diacrónica, realizado nos Estados Unidos, acerca do sistema dos mass media americanos. Além disso, o nível prioritário da investigação é constituído pelo indivíduo e os dados são quase sempre obtidos através de amostras de público e relatos subjectivos, descurando a utilização de outras formas mais sistemáticas de observação e recolha de dados.

Um programa deve divertir o público e, por isso, evita tudo o que seja tão polémico que provoque críticas sociais; um programa não deve afastar os ouvintes e, por isso, alimenta os preconceitos do público; evita o especialismo para que seja garantida uma audiência o mais vasta possível; no sentido de agradar a todos, tenta evitar temas controversos. Acrescente-se a isto o pesadelo de todos os produtores radiofónicos, isto é, o facto de o ouvinte poder sintonizar, quando quiser, outra estação concorrente, e ter-se-á a imagem da

rádio como uma prodigiosa invenção tecnológica com uma forte tendência conservadora em relação às questões sociais.

Se, em 1500 d. C., tivesse sido feito um estudo sobre as consequências sociais da imprensa, esse estudo dificilmente teria podido prever todas as modificações que hoje atribuímos à sua invenção. No quadro das condições sociais daquela época, nem a análise mais exaustiva do novo meio de comunicação teria podido conduzir a previsões úteis. A importância adquirida pela imprensa ficou, em grande medida, a dever-se à Reforma e às grandes revoluções ocidentais dos séculos XVI e XVII.

Do mesmo modo, não podemos saber o significado que a rádio terá nos anos futuros, dado não podermos prever quais os progressos sociais significativos que estão iminentes. Podemos apenas ter a certeza de que a rádio, por si só, não moldará o futuro. Aquilo que nós, pessoas de hoje, fizermos do nosso sistema social, será o que vai definir historicamente o papel da rádio (Lazarsfeld, 1940, 332).

Os exemplos citados são testemunho de uma pesquisa administrativa atenta, pelo menos como princípio, ao contexto histórico e social de evolução dos meios de comunicação de massa e capaz, ainda, de dar um relevo teórico ao próprio modo de colocar as questões. Para além das conexões e das relações históricas entre as duas correntes - laços que existem, todavia, e que são significativos - parece-me importante salientar como, num primeiro momento, se verificou uma leitura redutora de cada uma das abordagens em relação à outra e, posteriormente, uma acentuação, em termos ideológicos, da sua oposição. Daí resultou, para a teoria crítica, a dificuldade em passar do plano das descrições gerais do sistema da indústria cultural para o plano da análise dos processos comunicativos que efectivamente se confrontam. Dificuldade acentuada pelo facto de, para a teoria crítica, este tipo de análise - como momento autonomamente pertinente - ser irrelevante ou acessório, estando já implícito na descrição da dinâmica fundamental da sociedade industrial capitalista. Não é, portanto, por acaso que, na teoria crítica, todas as alusões à comunicação a descrevem em termos muito semelhantes aos da teoria hipodérmica, isto é, da «teoria administrativa» menos elaborada e menos organizada.

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 carácter institucional da pesquisa exercia em direcção aos aspectos metodológicos e operativos do trabalho de investigação. Assim se reduzia, por um lado, a complexidade dos fenómenos comunicativos a uma teoria da sociedade e, por outro, se escondiam as ligações existentes entre esses fenómenos e as outras variáveis sociais, com um tipo de pesquisa que não era capaz de as captar.

A distância entre teoria crítica e pesquisa administrativa acabou, assim, por se ampliar para além da sua configuração inicial e por cristalizar uma diferenciação que, pelo contrário, era e continua a ser fecunda e problemática. O próprio Adorno - defendendo embora que «parece ser defeito de toda e qualquer forma de sociologia empírica o dever optar entre credibilidade e profundidade dos dados obtidos» (1971, 278) - sintetiza a sua posição na polémica entre sociologia empírica e sociologia teórica, «frequentemente tão mal apresentada, em especial na Europa», dizendo que «as investigações empíricas não só são legítimas como essenciais, até no domínio dos fenómenos culturais. Não era preciso, todavia, atribuir-lhes autonomia ou considerá-las como uma chave universal. Acima de tudo, têm, por sua vez, de concluir-se por um conhecimento teórico. A teoria não é apenas um veículo que se torna supérfluo mal se disponha dos dados» (Adorno, 1971, 271).

Não é, portanto, por acaso que essa oposição está actualmente a ser superada, na minha opinião, segundo as duas coordenadas seguintes:

a. a primeira diz respeito a certos problemas que de facto impõem um tipo de conceptualização, no domínio dos mass media, que transpõe os limites do contraste. Por exemplo, a questão dos efeitos a longo prazo dos mass media (ver Capítulo 2) ou o problema dos processos pelos quais a informação de massa contribui para construir a imagem que os indivíduos fazem da realidade (ver Capítulo 3);

b. a segunda coordenada relaciona-se com a superação de um dado que, implicitamente, reunia teoria crítica e pesquisa administrativa, ou seja, o facto de ambas se referirem a uma teoria informacional dos processos comunicativos. À medida que o paradigma da teoria da informação foi suplantado, na communication research, pela existência de outros referentes teóricos (teoria semiótica, sociologia do conhecimento, psicologia cognitiva), novos objectos de conhecimento se impuseram e questões tradicionais puderam ser colocadas em termos diferentes, modificando os fundamentos das abordagens (ver 1.9.).

Cada qual considera, naturalmente, uma tendência mais adequada do que a outra, mas a realidade global da pesquisa em matéria de comunicações de massa apresenta-se, hoje, com a perspectiva concreta de abordagens disciplinares cada vez mais articuladas, variadas e em vias de integração.

1.7. A teoria culturológica