



## **MASS COMMUNICATION RESEARCH E O CAMPO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL: uma influência a ser relativizada<sup>1</sup>**

## **MASS COMMUNICATION RESEARCH AND THE FIELD OF COMMUNICATION IN BRAZIL: an influence to be relativized**

Otávio Daros<sup>2</sup>

**Resumo:** Virou senso comum a ideia de que a Mass Communication Research se impôs como paradigma dominante na formação do campo acadêmico da comunicação, inclusive no Brasil. Este artigo problematiza essa visão, mediante exame de títulos nacionais precursores, datados das décadas de 1960 e 1970. A análise empreendida desconstrói o ideário de uma influência norte-americana homogeneizante, revelando que referenciais de diferentes escolas europeias foram, desde cedo, tão ou mais presentes. A inscrição da experiência brasileira em uma tradição marcada antes pelo ensaísmo eclético, do que pelo empirismo científico tipicamente estadunidense, fornece indícios para questionar se a hegemonia universalizante da Mass Communication Research não merece ser tratada como um mito acadêmico.

**Palavras-Chave:** Pesquisa de comunicação de massa. Teorias da comunicação. História do campo da comunicação.

**Abstract:** It has become common knowledge that Mass Communication Research has consolidated itself as the dominant paradigm in the formation of the academic field of communication, including in Brazil. This article questions this view by examining pioneering national titles from the 1960s and 1970s. The analysis undertaken deconstructs the idea of a homogenizing North American influence, revealing that references from different European schools were, from the beginning, equally or even more present. The inclusion of the Brazilian experience in a tradition marked more by eclectic essayism than by typically Anglo-American scientific empiricism provides evidence to question whether the universalizing hegemony of Mass Communication Research does not deserve to be treated as an academic myth.

**Keywords:** Mass communication research. Communication theories. History of the field of communication.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2025.

<sup>2</sup> Pesquisador de Pós-Doutorado do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e Professor Colaborador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). E-mail: [otavio.daros@gmail.com](mailto:otavio.daros@gmail.com).

## 1. Introdução

Os manuais de teorias da comunicação ensinam, em geral, que a pesquisa em comunicação nasceu nos Estados Unidos, foi importada aos demais países como um “paradigma dominante” e, com o tempo, foi matizada por perspectivas emanadas de diferentes escolas da Europa, sendo estas de caráter “crítico” em vez de “administrativo” como daquela primeira corrente, conhecida como Mass Communication Research. Nos manuais editados mais recentemente, essa linha de desenvolvimento tende a ser alongada, com o acréscimo de capítulo sobre a América Latina, representando o estágio no qual os centros emergentes do chamado Sul Global reivindicam e propõem epistemologias próprias.

Entre nós, embora sem toda a atenção merecida, a veracidade da primeira parte da narrativa que se relata acima foi colocada à prova historiograficamente por Francisco Rüdiger. Visto o conjunto da obra do historiador demonstrar que uma tradição acadêmica interessada pelo tema despontou antes no espaço germânico do que no estadunidense. Entre as décadas de 1920 e 1970, gestou-se sob o termo *Publizistikwissenschaft* uma série de iniciativas, cujo resultado foi projeto com pretensão científica e focado nos fenômenos relacionados ao publicismo, ou a quem preferir, à comunicação pública (RÜDIGER, 2019).

Neste trabalho, quer-se levantar suspeita sobre uma questão que veio a reboque daquela narrativa anterior, supostamente fundamente e até hoje reproduzida sem maior atitude perscrutadora: a Mass Communication Research como “paradigma hegemônico”, universalmente falando, inclusive do campo acadêmico no Brasil. Em outras palavras, que a área brasileira de estudos da comunicação emergiu e se estabeleceu, na segunda metade do século 20, sob os preceitos da ciência social empírica e funcionalista norte-americana.

Com a presente revisão analítica não se pretende negligenciar, por exemplo, o papel orientador que tiveram organismos regionais e internacionais como o Ciespal, o Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Este que, como já bem se documentou, em seus primeiros anos de funcionamento, destacou-se, de fato, por fornecer formação especializada para acadêmicos e profissionais da imprensa latino-americana, a partir de um quadro docente cujo protagonismo coube a professores visitantes oriundos majoritariamente dos Estados Unidos, embora não só (ARAGÃO, 2017; DAROS, 2022).

Argumenta-se aqui, todavia, que o desenvolvimento efetivo do campo acadêmico no Brasil se deu em momento posterior, quando já se começava a esboçar a crítica e elencar as

limitações das abordagens difundidas pelas obras traduzidas do inglês, não raro com patrocínio externo. Tendo sido esse juízo incentivado pelo contato com repertórios intelectuais de outros espaços geográficos, notadamente europeus, não é equivocado afirmar que, desde seus primórdios, a tradição brasileira é marcada pelo ecletismo, sendo esta uma característica muito mais definidora que uma influência anglo-americana homogeneizante.

Para evidenciar essa hipótese, a proposta de estudo foi revisitar títulos nacionais precursores, datados das décadas de 1960 e 1970, quando se organizam as primeiras faculdades sob a nomenclatura preferencial de “comunicação social”, seguidas da criação de três ou quatro programas de pós-graduação especializados pelo país. Ilustra essa fase instauradora uma seleção de cerca de 20 obras — entre coletâneas e monografias, de nomes como Luiz Beltrão, Décio Pignatari, José Marques de Melo, Adísia Sá, Muniz Sodré etc. — sem a intenção de ser ela total nem exaustiva, apenas contemplativa de um elenco possível de figuras de proa da tradição firmada no Brasil.

Na seção que antecede à análise bibliográfica, especula-se se a narrativa da Mass Communication Research como “paradigma dominante” não foi transposta do contexto internacional mais amplo e reproduzida acriticamente entre nós, como um dado a priori suscetível de aplicação universal. Isso em parte porque, nas incursões genealógicas sobre o campo brasileiro, seus propositores tradicionalmente se valeram de leituras globais para enquadrar o caso nacional, em geral sem o cuidado de triangular o conteúdo e as referências dos trabalhos aqui produzidos com a veracidade do suposto extraído do estrangeiro — a dominância da influência estadunidense sobre as demais realidades acadêmicas.

Antes de desenvolver essa argumentação e lidar com seus problemas, cumpre definir, porém, o que se entende por Mass Communication Research. Em que pese o tema servir como ponto de partida para a maioria dos manuais teóricos de comunicação, é importante que se documente também aqui as bases e concepções desse programa de pesquisa, justamente para fins de um exame objetivo e contrastivo entre seus pressupostos epistemológicos e o que veio a se produzir no Brasil em termos de estudos de comunicação, nas décadas seguintes à ascensão do referido paradigma nos Estados Unidos e sua difusão externa.

## 2. Caracterização da Mass Communication Research

Na primeira metade do século 20, os Estados Unidos serviram de berço de múltiplos programas de investigação concernentes aos efeitos do desenvolvimento em larga escala das comunicações, os quais se valeram científicamente da sociologia à psicologia comportamental. Isso se não quisermos entrar em ramos de conhecimento das chamadas “artes liberais”, com disciplinas a exemplo da retórica, que vieram a multifacetar ainda mais o referido campo em formação (CRAIG, 1999). Interdisciplinar desde suas origens, fato é que a comunicação evoluiu para área de estudo acadêmico em meados daquele século, tendo como responsáveis por sua institucionalização figuras como Wilbur Schramm.

O próprio usou o espaço de proeminência que alcançou, no contexto da Guerra Fria, tanto como professor universitário em seu país, quanto como consultor internacional da Unesco, para legitimar quatro nomes que deveriam ser reconhecidos como “pais fundadores” do campo, a saber: Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin e Carl Hovland, sendo o primeiro cientista político, o segundo sociólogo e os últimos dois psicológicos (SCHRAMM, 1963). Apesar de narrativas e rótulos do tipo nunca comportarem a diversidade de contribuidores envolvidos no processo histórico, não deixam de servir, é verdade, de indicativo de qual “ciência da comunicação” vingou em solo norte-americano.

Quanto a Lasswell, o ponto de partida é *Propaganda Technique in the World War* (1927), pesquisa desenvolvida para seu doutoramento na Universidade de Chicago, na qual apresenta análise de conteúdo acerca das campanhas de propaganda movidas durante a Primeira Guerra, já conjecturando a função e a relação com a opinião pública. É o mesmo Lasswell que, nas décadas seguintes, vai dedicar-se a descrever a estrutura do processo comunicativo e inscrevê-lo no marco funcionalista, com interesse na mensuração da capacidade de influência das mensagens sobre o comportamento social.

A comunicação é avaliada, aqui, como eficiente ou ineficiente a depender da reação do receptor ao entrar em contato com a mensagem transmitida, à medida que corresponde ou não à intenção projetada pelo emissor. Trata-se, portanto, de um modelo transmissivo baseado na lógica de estímulo e efeito, sintonizado com a teoria matemática de Claude Shannon e Warren Weaver. E que foi esquematizado por Lasswell a partir das conhecidas perguntas: “quem diz o quê, em que canal, para quem e com que efeito?” (LASSWELL, 1948).

Referida popularmente como “teoria hipodérmica”, essa formulação veio a ser sofisticada por Paul F. Lazarsfeld e seus colegas do Bureau of Applied Social Research,

instituto fundado na Universidade de Columbia, em 1937. O esforço do grupo liderado por Lazarsfeld foi no sentido de relativizar a centralidade do polo emissor em prol do destinatário e seus intermediários. Ao estágio de recepção, novos conceitos foram introduzidos, a destacar o de líder de opinião, como se confere em trabalhos como *The People's Choice* (1948), que demonstra, a partir de pesquisa com eleitores, como as interações interpessoais são muitas vezes mais decisivas em comparação ao que é veiculado pela mídia.

Assim como outros cientistas europeus emigrados, Lazarsfeld encontrou nos Estados Unidos conjuntura benéfica para desenvolvimento de carreira acadêmica e, adaptando-se à nova realidade, explorou seu status para emplacar projetos financiados tanto por organizações privadas quanto por agências governamentais. Daí a expressão pesquisa administrativa em contraste com a de teoria crítica, tradição esta representada por Theodor W. Adorno, que durante seu exílio chegou a ser empregado por Lazarsfeld. Convém esclarecer, entretanto, que o sociólogo austro-americano não se opunha à corrente de orientação metodologicamente qualitativa e analiticamente interpretativa, pelo contrário:

Se fosse possível, em termos de pesquisa crítica, formular uma operação de pesquisa real que pudesse ser integrada ao trabalho empírico, as pessoas envolvidas, os problemas tratados e, no final, a utilidade real do trabalho seriam muito beneficiados (LAZARSFELD, [1941] 2004, p. 172).

Em que pese essa consciência, fato é que no fim de contas a Mass Communication Research se associou a um projeto de ciência social empírica, do tipo behaviorista e sob orientação funcionalista, com o mérito de desenvolver e empregar técnicas quantitativas, ainda que com limitações e enviesamentos, devido à interferência extra-acadêmica. Isso em um contexto marcado pelo término da Segunda Guerra Mundial e início da Guerra Fria, o que não deixou de influir e conformar um programa de estudo que teve seu desenvolvimento atrelado a subsídios de braços do Estado norte-americano, bem como de corporações de mídia despontadas no país (SIMPSON, 1994; GLANDER, 2000; ARAÚJO, 2001).

Em suma, a Mass Communication Research e suas lideranças produziram uma transformação no quadro do que passamos a conhecer por estudos de comunicação, cujas origens, como sistematizado documentalmente, remetem, na realidade, ao espaço europeu, especialmente germânico, de tradição histórico-hermenêutica, em vez de empírico-quantitativa (RÜDIGER, 2019). Após a ascensão e expansão em um período que lhe foi material e

ideologicamente benéfico, ressalvas ao projeto anglo-americano também começaram a emergir. Visto como “paradigma dominante”, tornou-se alvo de críticas à medida que suas limitações passaram a ser expostas por estudiosos situados em outras tradições intelectuais, notadamente a semiologia e a economia política, como se verá a seguir.

### **3. Narrativa e crítica do “paradigma dominante”**

Contrapontos às conceituações e abordagens — quantitativas e empiristas — atribuídas à Mass Communication Research podem ter tardado, mas com o tempo se fizeram presentes, inclusive nos Estados Unidos entre aqueles que defenderam a necessidade de repensar as ciências sociais a partir uma chave crítico-reflexiva. Entre a Europa e a América Latina, foi Armand Mattelart quem despontou como uma das vozes críticas mais eloquentes a respeito da influência norte-americana nos estudos de comunicação, argumentando se tratar de uma herança problemática, tanto do ponto de vista teórico, quanto metodológico.

Isso, a começar, por sua origem ser atrelada a interesses corporativos em vez de acadêmicos, incutindo-lhe um “caráter preponderantemente instrumental” (MATTELART, [1970] 1976, p. 11). Depois, pelo emprego de técnicas limitadas de pesquisa, como é a análise de conteúdo quantitativa, cujo objetivo não é senão fragmentar os fenômenos sociais para fins classificatórios, antes de promover conexões entre seus entes e em situá-los em sua devida formação sócio-histórica. Descontextualizada e desprovida de agência, aqui “a audiência é visada como um alvo amorfo que obedece cegamente ao esquema estímulo-resposta” (MATTELART; MATTELART, 1999, p. 37), como atribuído à fórmula de Lasswell.

Por fim, deve-se atentar para a ideologia que informa epistemologicamente tal corrente. Seus porta-vozes, “os sociólogos funcionalistas afirmam que o seu método é axiologicamente neutro, desvinculado de contingências avaliativas”, quando, na verdade, “esta sociologia da comunicação é uma sociologia que se contenta em analisar (e muitas vezes descrever) o status quo” (MATTELART, [1970] 1976, p. 18). Portanto, um projeto científico de essência conservadora, longe de ser progressista, tampouco revolucionário.

Essa crítica não foi isolada, sendo endossada até mesmo no âmbito do Ciespal, conforme esse gradativamente se desvinculou do corpo da Mass Communication Research e buscou autonomização epistemológica. De modo que se pode afirmar que, na América Latina, a década de 1970 representou contraditoriamente um ponto de inflexão da influência norte-americana,

pelo menos no que concerne aos estudos de comunicação, visto a conclusão que as lideranças latino-americanas reunidas pelo centro chegaram à época:

A teoria da comunicação e a metodologia de pesquisa elaboradas nos centros metropolitanos, nem sempre correspondem à realidade e às necessidades de investigação dos países atrasados e dependentes, embora sejam aplicadas, indiscriminadamente, às situações da região, com resultados obviamente inadequados e muitas vezes distorcidos. Seu uso foi induzido pelo pressuposto de que a teoria social é universal e de que sua validade desborda o marco dos espaços culturais e dos processos históricos (CIESPAL, 1973, p. 13).

No Brasil, o diagnóstico do Ciespal foi repercutido por acadêmicos como Sérgio Caparelli, que compartilharam do entendimento de que era necessário buscar autonomia intelectual para o campo na América Latina em relação aos Estados Unidos. Isso porque, nas palavras dele, também “quanto ao caso brasileiro, predominam ainda as metodologias com base no funcionamento norte-americano”, embora não se deva “assumir uma atitude xenófoba, mas assegurar que a escolha de uma metodologia deve levar em consideração a realidade brasileira e não realizar apenas operação de transplante” (CAPARELLI, 1980, p. 105).

Para reverter esse cenário de suposta dominância estadunidense, o próprio Ciespal incentivaria trabalhos de combate ao discurso científico hegemônico, atitude que se confere em obras como *Comunicación masiva: discurso y poder* (1978) de Jesús Martín-Barbero. Segundo ele, “a ‘ciência’ das comunicações nasce controlada e orientada para aperfeiçoar e perpetuar ‘o estilo norte-americano de democracia’”, ao mesmo tempo que seu “empirismo sociológico fragmenta o social”, o que, por sua vez, “fundamenta a crença na influência todo-poderosa dos fenômenos de comunicação”. E a tudo isso devemos nos opor, “para não perder de vista o caráter histórico e estrutural dos processos, que a dimensão ideológica das mensagens só é legível a partir deles” (MARTÍN-BARBERO, 1978, p. 14-25).

Em vez de um aparato teórico-metodológico desenhado por latino-americanos para a pesquisa em comunicação na América Latina, a tendência foi, todavia, de aversão aos estereótipos atribuídos à Mass Communication Research e a renovação do campo mediante assimilação de tendências oriundas das escolas europeias. Como observado por Luis Ramiro Beltrán (1976), o marxismo e a semiologia tornaram-se as principais lentes de interpretação, pelas quais os veículos da grande mídia foram criticados por sua estruturação como indústria capitalista e produção de conteúdo alienante, ao passo que os produtos importados por intermédio deles foram identificados com as estratégias do imperialismo cultural.

Enfocando o caso brasileiro, Maria Immacolata Vassallo de Lopes ao que parece concordou só parcialmente com essa leitura. Visto que, para ela, o paradigma funcionalista, um dos elementos de caracterização do projeto científico norte-americano, constar como dominante desde as origens dos estudos de comunicação no Brasil; o que veio a ser relativizado com o tempo, à medida que houve acolhida de perspectivas da crítica marxista:

Na década de 80 o panorama da pesquisa em Comunicação [no Brasil] se caracteriza, como não pode deixar de ser, por atualizações dos paradigmas funcionalista e marxista. Acreditamos não incorrer em esquematismos ao afirmar que o funcionalismo continua a ser o paradigma teórico-metodológico dominante, enquanto a tendência gramsciana vem se impondo às teorizações da Escola de Frankfurt sobre a comunicação e a cultura dentro do paradigma teórico marxista (LOPES, 1994, p. 59).

O consenso que aparentemente vigora entre a elite de comunicólogos brasileiros é de que, apesar de todas as críticas feitas, os esquemas e referenciais importados dos Estados Unidos acompanharam a formação do campo acadêmico, imperando por muito como hegemônicos. Tanto é que como afirmado por Muniz Sodré, ainda que genericamente, mas até pouco tempo atrás: “mesmo com teorias ou ângulos diversificados, os estudos de mídia caminham sobre os trilhos da *mass communication research*” (SODRÉ, 2012, p. 18).

#### 4. Revisão analítica da produção brasileira pioneira

A pretensão desta seção é a de cotejar o discurso acima com o que se produziu, de fato, ao longo da fase de constituição do campo acadêmico da comunicação no Brasil. Daí a proposta de examinar obras brasileiras assinadas por autores tidos como precursores, cujas publicações se situam entre as décadas de 1960 e 1970. Isto é, período em que se supõe que a Mass Communication Research tenha se colocado como paradigma fundante e dominante do desenvolvimento da área, tanto internacional quanto nacionalmente falando.

Um ponto de partida possível quanto à recepção da literatura especializada norte-americana é o manual de José Roberto Whitaker Penteado, *A técnica da comunicação humana* (1964). Ali encontra-se registrada uma das primeiras referências em português da fórmula de Lasswell. Embora um passo mais considerável tenha sido dado por Luiz Beltrão, ao ir do

âmbito da apresentação para o da apropriação conceitual, já tomando como referência a revisão do modelo comunicacional proposta por Lazarsfeld e seus colegas.

Primeiro doutor em comunicação no Brasil, em sua tese *Comunicação e folclore* (1971), Beltrão vale-se da noção de líderes de opinião, mas a desloca para o contexto periférico, onde lhe ressignifica à luz da formação sócio-histórica e literária brasileira, a fim de pensar os grupos marginalizados como protagonistas do processo que prefere denominar de comunicação “coletiva”. Portanto, o que se tem nessa proposição não é uma concepção da mídia de massa como todo-poderosa, mas a relativização desse pressuposto. E a valorização da dimensão popular da cultura e de seus meios de expressão, juntos representados pelo conceito que cunha de folkcomunicação e que assim define:

*por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa* (BELTRÃO, 1980, p. 28).

Entre os herdeiros de Beltrão, merece destaque indiscutivelmente José Marques de Melo, pela longeva carreira universitária, mas também pela liderança frente a entidades da área, a exemplo da Intercom. O contato de ambos com o repertório teórico norte-americano se deu por intermédio do Ciespal, do qual Beltrão foi docente e Marques de Melo aluno, ainda na década de 1960, quando o centro difundia doutrinas tanto funcionalistas quanto desenvolvimentistas como a de Schramm. A influência dessa agenda é perceptível em trabalhos da época, sobretudo daqueles do acadêmico uspiano, vide a tríade: *Comunicação, opinião e desenvolvimento* (1971), *Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação* (1976) e *Comunicação, modernização e difusão de inovações no Brasil* (1978).

Por outro lado, é difícil negar que a bibliografia oriunda de outros contextos estrangeiros tenha sido menos influente. Quanto às traduções editadas pelo Ciespal, nos textos de Beltrão uma referência frequente é o alemão Gerhard Maletzke, enquanto nos de Marques de Melo, pode-se mencionar Jacques Kayser, acadêmico francês ligado aos estudos de morfologia e pesquisas comparadas de imprensa, que, a depender da obra do brasileiro, divide mais ou menos espaço com Wilbur Schramm, Raymond B. Nixon e outros figurões dos programas de comunicação de massa nos Estados Unidos.

Vale observar que, mesmo ao tentar enquadrar sua análise no marco funcionalista, as fontes de estudo seguiram sendo diversas, não limitadas à escola estadunidense, cujo guru foi o teórico social Talcott Parsons. Dispensando essa referência, no livro-tese *Sociologia da imprensa brasileira* (1973), Marques de Melo nos diz que sua adesão ao método funcionalista retrocede à sociologia maior de Émile Durkheim, apesar de admitir que seu interesse pela abordagem surgiu da leitura do tratado jornalístico de Otto Groth, que, em vez do francês, dispunha da orientação do compatriota alemão Max Weber (MARQUES DE MELO, p. 20-22).

Ao invés de se ater a esta ou aquela tradição, os manuais de comunicação editados à época por aqui transitaram por diferentes correntes. Tal ecletismo pode ser percebido desde *Comunicação social: teoria e pesquisa* (1970) do próprio Marques de Melo; mas também em *Fundamentos científicos da comunicação* (1973), de Beltrão; até *Fundamentos científicos da comunicação* (1973), sob a organização de Adísia Sá. Ao longo dos capítulos, encontram-se compiladas contribuições de áreas como biologia, psicologia, sociologia, antropologia, linguística e filosofia, a fim de caracterizar conceitualmente o fenômeno comunicacional desde os mais variados pontos de vista.

A principal evidência que se pode extrair deste apanhado é a de que, também no Brasil, a comunicação foi originalmente concebida como uma área interdisciplinar — como sugere, aliás, a designação da Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, lançada em 1977 —, e não enquanto uma ciência epistemologicamente independente e autônoma, como se passou a discutir sistematicamente nas décadas mais recentes, já no âmbito da Compós (ver RÜDIGER, 2022). Ao mesmo tempo, nota-se desde aquela fase inaugural um comportamento muito mais agregativo do que seletivo, despreocupado tanto com a composição de um núcleo teórico quanto com a instauração de padrões analíticos.

Diferenciada nesse sentido é a postura de Décio Pignatari, responsável por inscrever o fenômeno especificamente no quadro da semiótica de Charles Sanders Peirce. Seu *Informação, linguagem, comunicação* (1968) guarda pioneirismo entre os títulos brasileiros. E, ao lado de Haroldo de Campos e Lucrécia Ferrara, merece crédito por institucionalizar tal horizonte de trabalho na PUC-SP, com a fundação do Programa de Pós-Graduação em Teoria Literária, depois transformado em Comunicação e Semiótica. Ao mesmo tempo, compete recordar que

Pignatari também serviu de interlocutor do paradigma mcluhaniano entre nós, ao traduzir *Os meios de comunicação como extensões do homem* (1969).

Mas nem sempre há necessariamente uma identificação intelectual por parte de quem traduz. Por exemplo, Muniz Sodré, que contribuiu para a importação das ideias de Schramm com a tradução de *Comunicação de massa e desenvolvimento* (1964), veio a se notabilizar mais pela crítica do que pelo endosso dos referenciais norte-americanos supracitados. Figura maior da escola carioca de comunicação, suas primeiras obras *A comunicação do grotesco* (1971) e *O monopólio da fala* (1977) são de caráter ensaístico e, quando muito, inclinam-se para a semiologia francesa, ainda que de forma arejada e sem formalismo metodológico.

De volta à escola paulista, o que se confere por volta da mesma década é a ascensão do legado da chamada Escola de Frankfurt. Mérito inegável a respeito tem o sociólogo uspiano Gabriel Cohn, primeiro pela coletânea *Comunicação e indústria cultural* (1971) e depois pelo livro-tese *Sociologia da comunicação* (1973). Com esta segunda, passa-se a enfatizar, em suma, que a “análise da comunicação deve ser imanente àquilo que é comunicado — as mensagens — e as inferências sociologicamente relevantes somente podem ser formuladas através do uso sistemático da categoria *ideologia*” (COHN, 1973, p. 162), intermediado pelo conceito de indústria cultural (ver também MOREIRA, 1979).

Dado o interesse pela crítica ideológica das mensagens televisivas, poder-se-ia dizer que a orientação acima, proveniente da teoria frankfurtiana, foi levada a cabo por Sergio Miceli, se não fosse o fato do autor de *A noite da madrinha* (1972) se amparar basicamente na sociologia da cultura de Pierre Bourdieu. De qualquer forma, trata-se de trabalho precursor, entre os estudos brasileiros de cultura e comunicação massiva, por combinar teorização sociológica à análise empírica das fontes — tomando como caso o programa de auditório de Hebe Camargo. Disso resultando um relato de investigação bastante coeso em termos teóricos, metodológicos e documentais.

Igualmente atraído pela problemática das comunicações na sociedade capitalista e dependente, embora dispensando quase por completo o aparato teórico supracitado, cabe mencionar a dissertação de Luiz Augusto Milanesi, cuja proposta foi a de dar conta da transformação vivida por uma cidade interiorana frente ao avanço da cultura de massa, representada pela chegada da novidade da televisão. Ainda que seja perceptível em sua condução metodológica inspiração advinda do modelo de pesquisa norte-americano, o autor de

*O paraíso via Embratel* (1978) agregou uma variedade de possibilidades analíticas e optou por explorá-las livremente, como melhor lhe pareceria em cada situação:

Não houve restrição a métodos e técnicas: na medida das necessidades eles foram usados, não sendo dado destaque especial a quaisquer meios. Quando foi necessário colher as opiniões dos habitantes e quantificá-las, usou-se o questionário e entrevistas; informações amplas a respeito do passado do município conseguiu-se através da leitura dos periódicos editados na cidade neste século e também por meio de depoimentos prestados por antigos moradores. E ainda, como elemento fundamental, destaca-se a observação participante realizada em vários períodos em todos os setores de interesse da coletividade (MILANESI, 1978, p. 16).

Migrando da esfera comunitária para a urbana, registram-se as contribuições não menos importantes de Ecléa Bosi e Sarah Chucid da Viá, autoras respectivamente de *Cultura de massa e cultura popular* (1972) e *Televisão e consciência de classe* (1977), a primeira alocada institucionalmente na área de psicologia e a segunda na da comunicação, tal como Milanesi — ainda que os três, em comum, transitem disciplinarmente por diferentes campos de conhecimento. Quanto às propostas de estudo, Bosi traz um mapeamento dos hábitos de leitura realizado junto a mulheres operárias, enquanto Viá enfoca a questão do sindicalismo e o impacto dos meios de informação na percepção do grupo estudado — em que pese, pelo menos na edição da sua tese em livro, este segundo eixo verificativo ficar em segundo plano.

Já na tese de Bosi, chama a atenção que, embora seja feita uma ampla revisão da literatura tanto da Mass Communication Research quanto daquela atribuída à Escola de Frankfurt, no fundo ela parece vislumbrar sintonia com a tradição aberta por Richard Hoggart na Inglaterra, que é a dos estudos culturais britânicos. Deixando em aberto essa confusão epistemológica que o próprio desenvolvimento do trabalho induz, o que sua autora faz questão de esclarecer, ou melhor, descartar é uma preocupação de ordem quantitativista embutida na proposição, a despeito das mais de 50 entrevistas conduzidas:

As entrevistas foram comentadas a partir de tendências que as frequências apontavam; mas, sendo exploratório o estudo, o tratamento ao material qualitativo, servindo as tabelas de porcentagem [...] apenas de expediente didático, sem nenhum comprometimento de ordem estatística (BOSI, 1972, p. 15).

Permanecendo no mesmo âmbito departamental e universitário, mas passando do escopo da psicologia social do trabalho, para o da psicologia educacional da aprendizagem, tem-se ainda a contribuição de Samuel Pfromm Netto, *Comunicação de massa: natureza, modelos,*

*imagens* (1972). Aqui, igualmente o procedimento de verificação empírica foi antecedido por uma incursão na bibliografia da Mass Communication Research, porém com o diferencial de revisar os modelos comunicacionais clássicos, a fim de dar desenvolvimento ao assunto a partir da chamada teoria da mediação do significado proposta por Charles E. Osgood, psicólogo estadunidense situado na discussão entre o cognitivismo e o behaviorismo.

Assim como os últimos trabalhos comentados, trata-se este de um caso de exceção entre as primeiras experiências brasileiras de estudos ditos de comunicação de massa ou humana, antes de mais nada pelo caráter aplicado e o uso de técnicas em escala quantitativa. Entre si, assemelham-se quanto exercícios de exploração teórico-metodológica, sendo alguns mais coerentes epistemicamente, outros mais desorientados. Nesse sentido, com exceções, mas em conjunto, antes convergem do que destoam da tendência essencialmente diversa da produção acadêmica nacional da área, ainda que com o tempo tenham surgido inclinações não menos ecléticas, se não confusas, para o marxismo e para o estruturalismo.

Essas predileções ora para o estudo das condições materiais de produção, ora deslocadas para a dimensão discursiva dos meios e seus produtos, torna-se evidente não antes do curso da década de 1970. Quanto à primeira tendência, pode-se mencionar trabalhos como o de Othon Jambeiro, *Canção de massa* (1975). E quanto à segunda linha, a semiológica, quem dá o exemplo é Antonio Fausto Neto com *Cordel e a ideologia de punição* (1979). Ambas são monografias sintomáticas do cenário que começaria a se desenhar para a pesquisa em comunicação, nacional e regionalmente falando, antes do florescimento dos estudos de recepção na década de 1980 em diante.

## 5. Discussão da análise para fins de conclusão

À vista da revisão aqui empreendida, o que se pode concluir de fundamental é que, embora não se deva negar a presença da bibliografia importada dos Estados Unidos e o funcionalismo como uma das chaves interpretativas em voga na época, ainda assim é equivocado afirmar que a Mass Communication Research se impôs como um “paradigma dominante”, pelo menos no Brasil. Para contrapor essa narrativa, cabem algumas inferências nos limites interpretativos que a apreciação do conjunto das fontes acima possibilita.

Talvez a principal seja: a de que a tese da Mass Communication Research como doutrina hegemônica surgiu de forma relativamente espontânea e progressiva em nosso meio acadêmico, incentivada pela influência de figuras oriundas de outras tradições (Mattelart,

Martín-Barbero etc.), cujos méritos intelectuais entre nós são bem conhecidos. Mas que não deixaram de ser intermediadores hostis e reativos ao modelo de pesquisa de comunicação de massa despontado nos Estados Unidos. Até por tal crítica encontrar simpatia entre a intelectualidade latino-americana e, por extensão, brasileira, engajada na resistência contra o autoritarismo e o intervencionismo externo. Todavia, passado esse período e havendo arejamento de ideias, a objeção inicial ficou como estereótipo, convertido em clichê na área.

Por seu turno, o que o exame da seleção de títulos publicados no Brasil, da década de 1960 até 1980, dá conta de assegurar é que, apesar de ter havido acolhida de referenciais e reprodução de modelos teóricos ligados à Mass Communication Research — até por esta se apresentar para a comunidade aqui em formação como a bibliografia especializada daquele momento —, na prática toda essa influência foi limitada e, desde muito cedo, mesclada com outras; de modo que nem mesmo em seu período de concepção, e como um todo, a produção acadêmica brasileira se enquade nos preceitos do referido programa de pesquisa científica.

Ou seja, ao contrário do que tem sido tradicionalmente inferido, torna-se para nós menos clara a real e tamanha “importância que o paradigma funcionalista ganha no desenvolvimento das pesquisas de Comunicação no Brasil (onde ainda é o paradigma dominante)”, se levado em conta o diagnóstico mais repercutido de Lopes (1994, p. 48), entre outros colegas. A nosso ver, é preciso revisar esse discurso acadêmico e admitir, por exemplo, que até hoje confundimos ciência social empírica behaviorista — que acabou adotando heuristicamente na pesquisa um esquema funcionalista — com o funcionalismo sistêmico em si; sem notar, que este foi desenvolvido nos Estados Unidos por Talcott Parsons, teórico social, por sua vez, pouco referido em nossa área, seja no Brasil ou na América Latina em geral (CÁRDENAS, 2020; RÜDIGER, 2022, p. 17-82).

Por outro lado, e em primeiro lugar, conforme foi possível constatar mediante exame bibliográfico, o caso brasileiro — e talvez o latino — caracteriza-se, desde o início e de forma progressiva, pelo ecletismo teórico, isto é, por uma multiplicidade de aportes e perspectivas oriundas de diferentes escolas. Segundo, a pesquisa empírica e o emprego de técnicas quantitativas de mensuração ao estilo norte-americano foram exceção por aqui, em contraste com o ensaísmo e sua tendência de interpretação livre, de análise despadronizada. Tanto é que seria problemático inscrever a maioria das obras revisadas nesta ou naquela tradição, sendo comum a combinação de referências até mesmo antagônicas.

Terceiro, as temáticas de estudo entre os contextos também apresentam diferenças consideráveis. Conforme Timothy Richard Glander, ao revisitar as origens da Mass Communications Research: “sem exceção, aqueles pesquisadores estavam interessados na mídia de massa em termos de como ela poderia ser utilizada de forma mais eficaz para moldar as opiniões da sociedade de massa” (2000, p. 204). Apesar de sempre caber relativização de caracterizações categóricas do tipo, essa não era, todavia, e como recém exposto, a realidade do campo que se esboçava no Brasil.

Em vez de pesquisas sobre persuasão e efeitos empiricamente observados, os primeiros acadêmicos brasileiros, inscritos na área de comunicação, priorizaram outras questões: cultura popular e folclore entre os segmentos marginalizados; contato da classe trabalhadora com as formas de comunicação audiovisual e impressa; indústria cultural e sua dimensão ideológica etc. Algumas exceções seriam a problemática do atraso da imprensa nacional, bem como a perspectiva da comunicação para o desenvolvimento/difusão de inovações, temas estes, sim, de clara importação dos Estados Unidos, via o Ciespal. Ainda assim, interdisciplinarmente falando, em vez da psicologia behaviorista ou da sociologia empírica, optou-se pelo entrosamento entre história, ciências sociais e da linguagem.

Em suma, uma enjambração antes misturada e incluindo as tendências intelectuais europeias, do que alicerçado no modelo de ciência empírico-comportamental visto no contexto anglo-americano. Estudos exploratórios e análises quantitativas de conteúdo conduzidas por equipes de pesquisadores com a preocupação de dimensionar o papel político dos meios de informação até surgiram por aqui na época (ver, por exemplo, SCAVONE; BELLONI; GARBAYO, 1975), mas foram raros e, mesmo assim, tiveram suas particularidades com relação à cartilha ideológica e metodológica da Mass Communication Research.

Até porque não foi possível evidenciar interferência do setor comercial, remodelado pelos monopólios nacionais de mídia então em formação, sobre o teor das pesquisas acadêmicas aqui revisadas. Aparentemente a desconexão histórica entre indústria e universidade no Brasil assegurou relativo distanciamento entre os interesses das respectivas esferas. Tanto é que, em vez de servir à nascente indústria cultural brasileira e otimizar seus resultados, não foram poucos os estudos pós-1964 que denunciaram sua ideologia e efeitos danosos à cultura, de fato, popular. Ou seja, uma perspectiva contra hegemônica que novamente contraria o que se atribui costumeiramente à Mass Communication Research.

Nem mesmo no período da ditadura militar pode-se alegar que a pesquisa acadêmica feita no Brasil foi, ao menos até certo ponto, instrumentalizada pela máquina pública ou pela iniciativa privada como se passou a avaliar o caso dos Estados Unidos na Guerra Fria (SIMPSON, 1994; GLANDER, 2000). No caso brasileiro, além da resistência política da intelectualidade de esquerda transferida para a academia, não houve um projeto de cooptação do setor pelas agências de fomento nacionais, até porque este não foi tomado como estratégico nem recebeu vultosos investimentos financeiros. O que não significa negar que reformas importantes no interior da organização universitária nacional se processaram nos anos de autoritarismo, aproximando, no sentido de estruturação institucional, o modelo brasileiro mais ao norte-americano do que ao europeu (PAULA, 2009).

Mas pelo menos no caso do pessoal da área profissional e acadêmica da comunicação, nem mesmo aqueles com diálogo entre os representantes militares, expressaram real endosso a um projeto acadêmico que não fosse de base humanística. Exemplo disso dá Celso Kelly, que da presidência da ABI foi alçado a cargo no Ministério da Educação, sendo um dos responsáveis pelo currículo mínimo dos então recém-estruturados cursos de comunicação social no país. Como apreciador das belas artes e professor do curso de jornalismo da UFRJ, nunca deixou de conceber a área de comunicação fora dos domínios das artes e da cultura (ver KELLY, 1972). Isso para não falar daqueles que o fizeram pela filosofia ou a partir da literatura e áreas afins (PORTELLA, 1970; BELTRÃO, 1972; D'AMARAL, 1977).

Com essas conclusões, espera-se fornecer elementos para complexificar a narrativa que se estabeleceu com o tempo em nosso meio e em outras partes do continente, ideologicamente motivada pelas circunstâncias históricas e políticas, acerca de uma suposta força dominadora e homogeneizante imposta de cima para baixo — quando um cenário acadêmico e intelectual bem mais rico pode ser contextualmente reconstituído.

## Referências

ARAGÃO, Iury Parente. Primeira década do Ciespal: fundação e indicações de investigação. **Chasqui**, Quito, n. 135, p. 339-360, ago./nov. 2017.

ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte-americana. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 119-130.

BELTRÁN, Luis Ramiro. Alien Premises, Objects, and Methods in Latin American Communication Research. **Communication Research**, v. 3, n. 2, p. 107-134, abr. 1976.

BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971. [Tese posteriormente reeditada, em versão com texto integral: BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001]

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BELTRÃO, Luiz. **Fundamentos científicos da comunicação**. Brasília: Thesaurus, 1973.

BELTRÃO, Luiz. **Sociedade de massa**: comunicação e literatura. Petrópolis: Vozes, 1972.

BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular**: leituras de operárias. Petrópolis: Vozes, 1972.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Cortez, 1980.

CÁRDENAS, Tanius Karam. The “Functionalist” Currents: From Misunderstanding to Second Reading of their Contributions. In: PAULINO, Fernando Oliveira; KAPLÚN, Gabriel; MARIÑO, Miguel Vicente; CUSTÓDIO, Leonardo (org.). **Research Traditions in Dialogue**: Communication Studies in Latin America and Europe. Porto: Media XXI, 2020. p. 17-44.

CIESPAL. Seminario sobre “La Investigación de la Comunicacion en America Latina”. **Chasqui**, Quito, n. 4, p. 11-25, dez. 1973.

COHN, Gabriel. **Sociologia da comunicação**: teoria e ideologia. São Paulo: Pioneira, 1973.

COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e indústria cultural**: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e “cultura de massa” nessa sociedade. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1971.

CRAIG, Robert T. Communication Theory as a Field. **Communication Theory**, v. 9, n. 2, p. 119-161, maio 1999.

D'AMARAL, Márcio Tavares. **Filosofia da comunicação e da linguagem**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977.

DAROS, Otávio. Seis décadas de CIESPAL: trocas de papéis e a formação de um campo latino-americano. **Chasqui**, Quito, n. 150, p. 161-176, ago. 2022.

FAUSTO NETO, Antonio. **Cordel e a ideologia de punição**. Petrópolis: Vozes, 1979.

GLANDER, Timothy. **Origins of Mass Communications Research During the American Cold War**: Educational Effects and Contemporary Implications Sociocultural, Political, and Historical Studies in Education. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2000.

JAMBEIRO, Othon. **Canção de massa**: as condições da produção. São Paulo: Pioneira, 1975.

KELLY, Celso. **Arte e comunicação**. Rio de Janeiro: Agir, 1972.

LASSWELL, Harold D. **Propaganda Technique in the World War**. Nova York: Knopf, 1927.

LASSWELL, Harold D. The Structure and Function of Communication in Society. In: BRYSON, Lyman (org.). **The Communication of Ideas: A Series of Addresses**. Nova York: Institute for Religious and Social Studies/Harper & Brothers, 1948. p. 37-51.



LAZARSFELD, Paul F.; BERELSON, Bernard; GAUDET, Hazel. **The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign.** Nova York: Columbia University Press, 1948.

LAZARSFELD, Paul F. Administrative and Critical Communications Research. In: PETERS, John Durham; SIMONSON, Peter (org.). **Mass Communication and American Social Thought:** Key Texts, 1919-1968. Lanham: Rowman & Littlefield, 2004. p. 166-173. [Texto originalmente publicado em 1941]

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação:** formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 1994.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação, modernização e difusão de inovações no Brasil.** Petrópolis: Vozes, 1978.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação, opinião e desenvolvimento.** Petrópolis: Vozes, 1971.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação social:** teoria e pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1970.

MARQUES DE MELO, José. **Estudos de jornalismo comparado.** São Paulo: Pioneira, 1972.

MARQUES DE MELO, José. **Sociologia da imprensa brasileira:** a implantação. Petrópolis: Vozes, 1973.

MARQUES DE MELO, José. **Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação.** Petrópolis: Vozes, 1976.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Comunicación masiva:** discurso y poder. Quito: Epoca/Ciespal, 1978.

MATTELART, Armand. Críticas a la "Communication Research". In: MATTELART, Armand; PICCINI, Mabel; MATTELART, Michèle. **Los medios de comunicación de masas:** la ideología de la prensa liberal en Chile. 3. ed. Buenos Aires: El Cid, 1976. p. 11-22. [Obra originalmente publicada em 1970]

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação.** São Paulo: Loyola, 1999. [Obra originalmente publicada em francês em 1995]

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 1969.

MICELI, Sergio. **A noite da madrinha.** São Paulo: Perspectiva, 1972.

MILANESI, Luiz Augusto. **O paraíso via Embratel:** o processo de integração de uma cidade do interior paulista na sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

MOREIRA, Roberto S. C. **Teoria da comunicação:** ideologia e utopia. Petrópolis: Vozes, 1979.

PAULA, Maria de Fátima de. A formação universitária no Brasil: concepções e influências. **Avaliação,** Campinas, v. 14, n. 1, p. 71-84, mar. 2009.

PENTEADO, José Roberto Whitaker. **A técnica da comunicação humana.** São Paulo: Pioneira, 1964.

PFROMM NETTO, Samuel. **Comunicação de massa:** natureza, modelos, imagens. São Paulo: Pioneira, 1972.

PIGNATARI, Décio. **Informação, linguagem, comunicação.** São Paulo: Perspectiva, 1968.

PORTELLA, Eduardo. **Teoria da comunicação literária.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1970.

RÜDIGER, Francisco. **Epistemologia da comunicação no Brasil:** ensaios críticos sobre teoria da ciência. Vitória: Milfontes, 2022.

RÜDIGER, Francisco. **Síntese de história da publicística:** estágios reflexivos da ciência da comunicação pública alemã. Florianópolis: Insular, 2019.

SÁ, Adísia (org.). **Fundamentos científicos da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1973.

SCAVONE, Lucila; BELLONI, Maria Luiza; GARBAYO, Cléa Sarmento. **A dimensão política da comunicação de massa**: um estudo exploratório do caso brasileiro. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1975.

SCHRAMM, Wilbur. Communication Research in the United States. In: SCHRAMM, Wilbur (org.). **The Science of Human Communication**: New Directions and New Findings in Communication Research. Nova York: Basic Books, 1963. p. 1-16.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**: introdução à cultura de massa brasileira. Petrópolis: Vozes, 1971.

SODRÉ, Muniz. Comunicação: um campo em apuros teóricos. **MATRIZes**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 11-27, jan./jun.2012.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**: função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1977.

SIMPSON, Christopher. **Science of Coercion**: Communication Research and Psychological Warfare, 1945-1960. Nova York: Oxford University, 1994.

VIA, Sarah Chucid da. **Televisão e consciência de classe**: o trabalho têxtil em face dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1977.