

EMPIRISMO E CIENTIFICIDADE NA ÁREA ACADÊMICA DE COMUNICAÇÃO

Empiricism and scientificity in the academic field of communication

Francisco Rüdger*

RESUMO

Amparando-se na análise das teses de Charles Berger, o artigo expõe e discute o modo como, em reação à caracterização interdisciplinar dos trabalhos feitos na área acadêmica de comunicação, surgiu nela um discurso de cunho disciplinar marcado pelo empirismo de acento positivista. O argumento defendido no texto é o de que, legítimo desde o ponto de vista deste marco epistemológico, a ideia todavia não autoriza que se fale da comunicação como ciência autônoma, muito menos casa bem com os estudos de mídia que, pelo menos entre nós, brasileiros, definem a maior parte dos trabalhos feitos no referido campo.

Palavras-chave: Epistemologia nos estudos de comunicação. Crítica. Charles Berger.

ABSTRACT

Drawing on the analysis of Charles Berger theses, the article exposes and discusses how, in reaction to the interdisciplinary characterization of the works done in the academic area of communication, appeared inside it a discourse of a disciplinary nature marked by an empiricism of positivistic accent. The argument puts forward in the text is that, legitimate from the point of view of that epistemological framework, the idea does not authorize us to speak in

* Mestre em Filosofia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1987). Doutor em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (1995). Professor titular na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1985). Também leciona no Departamento de Filosofia e nos cursos de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (neste caso, desde 1990).

E-mail: frudiger33@gmail.com

Revisão da ABNT e do texto: Otávio Daros

Submetido em: 1º.2.2018

Aceito em: 16.4.2018

communication as an autonomous science, and much less is compatible with the media studies that define most of the work done in the field.

Keywords: Epistemology in communication studies. Critique. Charles Berger.

Manuel de Moragas (1981) passou por alto o vínculo da proposta com os interesses de ordem essencialmente política e burocrática, isto é, com as lutas e disputas pelo poder na vida acadêmica e intelectual que observaria autor como Bourdieu (1983, 1997), ao defender, décadas atrás, que:

a história da investigação sobre comunicação de massas põe de manifesto que as colocações que pretendem constituir este trabalho em uma disciplina “independente”, homologável em status às ciências sociais, revelaram-se tarefa muito pouco rentável para o desenvolvimento ou progresso dos conhecimentos sobre nosso objeto de estudo, sempre difícil de delimitar (MORAGAS, 1981, p. 12).

Significa mais amplamente, talvez, que, nessa área, o avanço do saber não tenha nada a ver com exigência de fundamentação epistemológica; que essa área surge e pertence a uma nova época na história do conhecimento; enfim, que é ela sinal da emergência de outra episteme na trajetória do pensamento ocidental, como diria Michel Foucault (1978).

Como se sabe, a ciência (*episteme*) surgiu entre os antigos, na condição de uma, entre outras, das formas de saber, ao se diferenciar das demais pelo cunho contemplativo e o rigor matemático. Vieram muito depois os modernos, que reinterpretaram o termo, conferindo-lhe uma fundamentação empírica e um cunho experimental, sem abrir mão do aspecto matemático.

Julgando por Lyotard, ocorreria, hoje, entretanto, de estarmos vivendo um novo momento, visto os contemporâneos, cada vez mais, tenderem a se desembaraçar do próprio conceito de ciência. Carregado de muitas conotações filosóficas, ele estaria se tornando anacrônico, em tempo no qual os saberes, onde de fato impactam e importam, passaram a se justificar pelo desempenho e resultados, em vez dos projetos de formação do homem e da sociedade. (LYOTARD, 1986).¹

¹ Disso nos parece reflexo a virtual dissolução da epistemologia que se verifica nos estudos de ciência mais recentes, em meio aos quais a filosofia vai, aos poucos, se comprometendo com um viés mais aberto e claramente historicista, a julgar pelo que relata o trabalho de Rheinberger (2010).

A ciência moderna substituíra a doutrina medieval, mas eis que, agora, aquela, talvez esteja em vias de ser superada por um saber pós-moderno, cujo eixo de estruturação tem, na base, a cibernética e, na superfície ou no vivido, a comunicação. (HEIDEGGER, 1988). A comunicação da qual se trata não é porém a de um objeto das ciências humanas: comunicação social ou interpessoal, nem muito menos a que designaria uma atividade científica autônoma: a ciência da comunicação.

Amparando-se em Heidegger, Foucault e outros, há quem diga que, abrigada simbolicamente no termo, processa-se, neste momento, a reconfiguração dos pressupostos existenciais do conhecimento em que o próprio discurso epistemológico, baseado na relação entre sujeito e objeto, se desfaz, levando consigo a ideia de ciência autônoma e especializada.

Segundo Lucien Sfez (1992), por exemplo, verificar-se-ia, de fato, que, hoje, a comunicação não designa mais essencialmente um objeto, mas uma figura simbólica indicadora de problemática em torno da qual se desenvolvem os mais diversos trabalhos e se fazem as mais variadas aplicações. As circunstâncias mundanas se tornaram, sob impacto de uma atividade científico-tecnológica cada vez mais diferenciada e abrangente, de apreensão prática e intelectual virtualmente impossível desde o ponto de vista da totalidade – e disso daria sinal, no pensamento, o fetiche que se tornou a *comunicação*.

Apesar disso, a epistemologia segue servindo de matriz de discurso para muitos, não sendo exceção alguns dos que militam na área que, talvez como nenhuma outra, melhor ilustraria a transição (nossa transição) para o que, à falta de termo menos bombástico, chamaríamos de pensamento pós-epistemológico: a área acadêmica de comunicação.

Após a Guerra, Wilbur Schramm (1989), principal responsável pela sua criação, a havia caracterizado pelo estudo interdisciplinar proveniente do que os norte-americanos chamam de “ciências do comportamento”. Apresentara perspectiva epistemológica que, com o tempo, se consolidou em várias parte do mundo. Importando a teoria da informação dos ciberneticistas (SCHRAMM, 1954), desenhara um marco teórico que serviria de referencial a toda uma geração. A pesquisa, todavia, era entendida como atividade multi ou interdisciplinar, amparada nos métodos e conceitos de disciplinas como a sociologia, a economia, a etologia, a psicologia, etc.

Deixando de repisar a história desse paradigma e os tantos debates e revisões que ocasionou, o ponto a sublinhar aqui é que, no final dos anos 1980, irrompeu uma contestação a essa proposta epistemológica. Esboçou-se, ainda nos Estados Unidos, um confronto com a ortodoxia, segundo a qual a comunicação constituiria tema de estudos interdisciplinares. Passou-se a defender que, caracterizável por possuir seus próprios métodos, teorias

e linhas de pesquisa, haveria uma “ciência comunicacional da comunicação”. (CRAIG, 2008, p. 684-685).

Quer-se, no que segue, examinar as proposições e citar os limites dessa tentativa de reviravolta, conforme ela se articula no pensamento de um de seus promotores: Charles Berger. Posto isso, será o caso, no final, de esboçar os termos com os quais melhor se poderia dar conta do que há de ciência, em sentido moderno, no que muitos chamam de estudos de mídia.

Do empirismo lógico na área de comunicação: Charles Berger

Defensores de uma teoria da ciência de forte acento empirista, Chaffe e Berger propuseram, em 1987, que a comunicação podia e deveria passar a ser objeto de sua própria ciência, ao contrário dos que propugnavam seu entendimento como termo balizador de um campo de intervenções multidisciplinares.

Seu viés não é, no tocante à estrutura lógica, distinto do esboçado por Schramm (1989), que os autores aprofundam e detalham, conservando sua remissão à figura do modelo teórico, estabelecida pelo pioneiro (SCHRAMM, 1954). O verdadeiro ponto a notar é, pois, o seu reenquadramento hermenêutico; a postulação de que, com os aprimoramentos que providenciaram, é possível singularizar a ciência da comunicação.

A definição proposta a respeito é, nesse sentido, muito clara e objetiva:

A ciência da comunicação visa entender a produção, processamento e efeitos dos sistemas de símbolos e sinais, elaborando teorias testáveis empiricamente, que contenham generalizações nomológicas e expliquem os fenômenos associados àquela produção, processamento e efeitos. Esta definição é geral o bastante para abraçar vários contextos de comunicação, incluir a produção, processamento ou efeitos dos sistemas de símbolos ou sinais (inclusive os não verbais) nos contextos interpessoal, organizacional, massivo, político, educativo e outros. (BERGER; CHAFFE, 1987, p. 17).²

² Rodrigues (2000, p. 121-122) e Villanueva (2010, p. 18) fornecem definições praticamente idênticas, mas aplicadas à teoria da comunicação, para, ambigualmente, caracterizar a última, a comunicação, como “campo”.

Berger é conhecido entre os acadêmicos brasileiros da área de comunicação pelo texto “Por que existem tão poucas teorias da comunicação?” (BERGER, 2007). Para ele, o setor só se emancipará quando deixar de importar teorias de outras e criar suas próprias. Grande parte de seu trabalho é uma tentativa de responder em ato ao juízo de que “a ciência da comunicação tem tendido a importar teorias de outras disciplinas, o que se entende à luz das origens interdisciplinares do campo, mas que precisa ser superado a fim de obtermos sua integração teórica como disciplina científica [autônoma]”. (CRAIG, 2013, p. 44).

Na primeira edição da obra de que estamos nos valendo, o autor, especialista em comunicação interpessoal, preconiza que a ciência da comunicação se afirma na medida em que adquire independência em relação às demais ciências em sentido epistemológico, deixando de ser devedora em sentido não apenas institucional. (BERGER, 1987, p. 99-122). Na segunda, volta ele à carga com mais ênfase, defendendo que a comunicação é objeto de ciência, na medida em que seus estudiosos podem identificar e explicar fatos regulares construindo hipóteses e teorias próprias, isto é, comunicacionais. (BERGER, 2010, p. 7).

Berger trabalha com a suposição paralelamente explicitada por Pavitt (2001) de que uma teoria científica se baseia, em parte, em modelos conceituais e, noutra, em relatos de regularidades empíricas – comportamentais, no caso da comunicação humana. Os primeiros servem de ferramenta à montagem e inteligibilidade dos segundos. Significa, mais objetivamente, que sua proposta, resumida na citação mais acima, se estrutura em torno de três eixos, concebidos no marco de uma versão modernizada de positivismo lógico. (AYER, 1966).

O primeiro, observamos, é o do trabalho com um conceito ou modelo teórico – uma novidade no paradigma. A pesquisa da comunicação supõe um conceito prévio a respeito do que se trata na prática. A comunicação é, no caso, produção, processamento e efeitos de mensagens. O segundo eixo é o da análise empírica. O pesquisador da comunicação identifica e estuda as possíveis manifestações do modelo. O terceiro, enfim, é o da generalização das conclusões. O pesquisador só pode dar por encerrado seu trabalho se, após testes sucessivos, conseguir generalizar seus resultados, estabelecendo uma teoria científica que agregue novos conhecimento em relação ao estipulado para a comunicação pela respectiva comunidade científica.

Sabe-se que marca registrada do autor (BERGER, 2007) é a defesa da tese de que há poucas teorias da comunicação. Talvez menos clara seja a razão disso, que pouco tem a ver com uma questão de quantidade. O autor assim se expressa, porque, pensando poder fundar sua ciência em base disciplinar, segue uma epistemologia neoempirista, de acordo com a qual o papel da

pesquisa é interpretar, materialmente, um modelo teórico abstrato, geral e predefinido, com vistas ao estabelecimento de novas generalizações empíricas.

O cunho intelectualmente arbitrário do modelo e, portanto, das investigações que ele eventualmente enseja, ao que parece, lhe passa totalmente despercebido. O empirismo que o autor tanto defende não exclui o débito de seu pensamento para com o idealismo platônico. A ciência da comunicação que ele prega sabe, de antemão, o que essa é, como dá prova a definição que reproduzimos acima.

De acordo com a mesma, lembremos, comunicação é, em fórmula, “a produção, processamento e efeitos dos sistemas de símbolos e sinais”. A tarefa do seu cientista consiste, por isso, em determinar suas variações e alterações empíricas. As teorias de que o autor tanto fala são, na realidade, portanto, enunciados mais ou menos genéricos sobre comportamentos observáveis em situações de pesquisa empírica. A pesquisa os tenta extrair dos dados e situações em exame, por meio da aplicação do modelo abstrato que, todavia, tende a predeterminar os limites da investigação, predefinindo o que é comunicação.

Para seu grupo, a cientificidade dos estudos de comunicação é inseparável da prática de pesquisa e não se restringe a nenhum campo: vai do plano interpessoal ao massivo. Os autores têm o mérito de notar que, na atividade científica, a metodologia não deve intervir de fora para dentro: é o movimento que articula paradigma teórico, pesquisa empírica e generalização científica. A seu ver, as hipóteses são sempre teorias *ad hoc* que visam a explicar os fatos e precisam ser testadas várias vezes, para, em se confirmando, conduzirem a generalizações consistentes e, assim, poder impactar na área da comunicação em foco no trabalho (PAVITT, 2001).

Note-se que Berger não comete a grosseria, própria de nossa língua, de falar que a comunicação mesma é uma ciência, ao defender que, antes, pode e, de fato, há uma ciência da comunicação. A comunicação pode ser objeto de uma ciência, na medida em que essa nos permita, via pesquisa, conhecer e explicar, empiricamente, seus múltiplos desenvolvimentos (supostamente comunicacionais, todavia). A fundamentação última é empirista, mas o ponto de partida, já se viu, é um esquema que, à falta de esclarecimento a respeito das origens, revela-se, no caso, arbitrário ou injustificado.

De acordo com o autor, a ciência da comunicação não é uma forma independente do saber, mas um ramo da ciência, no caso, social. (BERGER, 2010, p. 17). A ciência é uma só, significa conhecimento empírico oriundo de observação metódica, que testa ou analisa, para eventual reforma e/ou sistematização, hipóteses e esquemas conceituais. A comunicação social,

isto é, entre seres humanos, é apenas um deles – trata-se de uma forma mais ou menos perene, sob pena de deixar de ser comunicação, cujas determinações contingentes se procura apanhar empiricamente em sua generalidade relativa via elaboração de teorias setoriais.

O principal, nesse ponto, portanto, é a premissa neoempirista de que o conhecimento se elabora através do acúmulo, da revisão e sistematização de experiências obtidas mediante o enquadramento dos dados sensíveis em um modelo conceitual definidor da área de investigação, com vistas à sua inscrição em enunciados genéricos, de cunho tipológico ou legaliforme.

A proposta que singulariza o pensamento em exame é a de que à ciência (que se ocupa) da comunicação convém evitar ou reduzir a aplicação de teorias sobre outros termos, como ideologia, só para citar um exemplo, porque só é tal, isto é, ciência, se, conservando o esquema conceitual com que se pode defini-la como ciência da comunicação e se apoiando na pesquisa empírica, constrói suas próprias explicações e, assim, teorias científicas autóctones (comunicacionais – por conta do ponto de partida, do paradigma conceitual).

Craig (2013) se mantém no registro mais clássico da filosofia da ciência ao defender que, nesta última (na ciência), teoria é um construto conceitual mais ou menos arbitrário e especulativo de que se pode derivar hipóteses testáveis e explorar desenvolvimentos genéricos. Berger, ainda que obscuramente, fala no plural e defende que, embora remetam a tanto, elas importam na medida em que são construídas, testadas e desenvolvidas durante a pesquisa, a cada caso.

Para ele, a pesquisa tem a tarefa e o poder de identificar o papel da comunicação em uma dada experiência, por meio da observação e análise de situações pontuais e bem-delimitadas, mas cujas propriedades ainda não foram especificadas. O investigador deve, primeiramente, nelas mergulhar para, aí, fazer testes com umas poucas variáveis e hipóteses extraídas de trabalhos semelhantes feitos. Com base nisso, raciocinar sobre seus achados, tirar conclusões mais amplas. E, enfim, com elas, propor teorizações científicas sobre os novos aspectos da comunicação humana que descobriu. A essência a respeito, todavia, ele sabe de antemão, como tentamos sublinhar acima.

Do platonismo ao perigo do hiperempirismo provinciano

Influenciado pela escola sociológica europeia, Robert Merton havia se referido, algumas décadas antes, às teorias de médio alcance como

teorias intermediárias entre hipóteses de trabalho menores, mas necessárias, que se produzem abundantemente durante as rotinas cotidianas da pesquisa, e os esforços sistemáticos totalizadores no sentido de desenvolver uma teoria unificada capaz de explicar todas as uniformidades observadas da conduta, organização e mudança social. (1968, p. 56).

Berger e seu grupo retomam, sem notar, esse ponto de vista, defendendo que elas (as teorias) constituem o fundamento lógico da cientificidade nas pesquisas referidas à ideia, por eles reificada, de comunicação. Na visão deles, os trabalhos da área adquirem cientificidade e, assim, uma autonomia conceitual, embora não epistemológica, na medida em que incluem abstrações, teorias, mas essas não vêm de fora, muito menos são importadas de outros campos pelo pesquisador.

O pesquisador as constrói sempre que vai respondendo às questões que surgem no curso de suas tarefas, em vez de aplicar teorizações exóticas; sempre que as conserva próximas dos dados, em vez de se distanciarem do registro empírico.

O procedimento, reconheça-se, é engenhoso, visto concordarmos com a tese de que os verdadeiros pesquisadores, aqueles que propõem trabalhos mais inovadores em uma área de conhecimento, não se limitam a aplicar teorias. Os pesquisadores mais originais e criativos, como nota o autor em foco, constroem e testam teorias durante a pesquisa, visando a “solucionar os problemas identificados” e “explicar as regularidades empíricas”. (BERGER, 2010, p. 7).

Destarte, seu coletivo entende que é hora de fazer frente “aos que persistem em manter a bifurcação entre teoria e aplicação”, para seus integrantes ultrapassada, ao sustentarem que a teoria não tem de vir de campos vizinhos, mas da prática de pesquisa, se é para fazer conhecimento científico da comunicação. “A ciência da comunicação tem tudo a ver com explicação, e explicação tem tudo a ver com desenvolvimento de teorias [próprias, isto é, surgidas no curso do trabalho de investigação]”. (BERGER, 2010, p. 6-7).

Berger e colaboradores, no entanto, ultrapassam o “sinal vermelho”, ao defender que, “em seu ver, todas as observações são em certo sentido ‘passos teóricos’, ainda que a natureza da teoria que as informe possa variar”. (BERGER, 2010, p. 12). A proposição dá margem ao entendimento de que as teorias são meros relatos generalizantes de observações empíricas e que, portanto, a própria distinção entre experiência e teoria não mais se justifica.

O perigo de se cair em um hiperempirismo, em que o real se dissolve na ciência, e a ciência passa a ser qualquer relato fenomenológico, desde que embasado na empiria, é inevitável – é o contraponto do idealismo de acordo com o qual aquela primeira, a ciência, possui um núcleo invariável ou referencial, definido modelarmente, que lhe garante identidade: no caso, a da comunicação. A comunicação precisa, em parte, ser sempre a mesma, algo sabido previamente, mas em outra ser diferente, revelar regularidades variáveis, para justificar o investimento na pesquisa tanto quanto a identidade comunicacional da devida atividade científica – esse parece ser um problema nessa linha de raciocínio.

Apesar do platonismo irrefletido que subjaz às suas reflexões e, assim, da relatividade da postulação que se enuncia em seguida, julgamos que o grupo está certo ao afirmar que a teoria não pode, como eles dizem, ser aplicada, precisando, antes, ser trabalhada com a experiência. Mas se não houver liberdade para examinar esta última fora de esquemas cristalizados, como é o caso da referência à comunicação em seus escritos, o perigo é se reduzir à regularidade empírica de muito pouco relevância fora do caso que lhe deu origem. (MERTON, 1968).

Que as teorias científicas disso resultantes se revelem falhas, que precisem ser revisadas e, no limite, acabem sendo postas de lado, está claro, não é o problema, como muito menos o é o fato de elas resultarem de procedimentos metodológicos que podem ser encontrados em todas as ciências sociais interpretadas de acordo com o marco neoempirista que é o dos autores em discussão.

Por isso, a proposta pode ser considerada, no geral, coerente, conquanto seus sujeitos saibam se libertar, sempre que necessário, da reificação doutrinária do conceito de comunicação que a assombra. Desde que comporte a eventual alteração e, no limite, o abandono desse termo, no caso de a experiência assim o exigir, ela se revela em sintonia com os princípios empiristas que definem o conceito moderno de ciência. Logicamente, ela admite a condução do saber para fora do campo conceitual definido pela ideia de comunicação.

Ainda assim, conviria notar bem o perigo do provincianismo que ronda essa proposta, pois, mesmo nos casos em que seu marco teórico (comunicacional, no caso) se revele útil, ele talvez não seja necessário. Os autores circunscrevem bem o campo de pesquisa da comunicação. A questão é se produção, processamento e efeitos esgotam os interesses intelectuais presentes neste último. Os sujeitos da área podem não querer ou não dispor das condições para reduzir sua curiosidade e capacidade de reação aos estímulos provindos do contexto mais amplo à bitola tão estreita.

Será que a teoria da redução da incerteza, pela qual seu principal nome é bem conhecido (GRIFFIN, 2011, p. 125-137), exige, necessariamente, seu enquadramento ou interpretação em um esquema comunicacional – ou poderia ser trabalhada, talvez melhor – a pesquisa o dirá, no marco da teoria da ação ou da psicologia transacional, por exemplo? Berger e associados (2010) não deixam claro, mas sugerem que a pesquisa precisa envolver todo o processo, sob pena de perder o cunho comunicacional – mas isso é factível, fora do campo em que eles têm sua especialidade, a comunicação interpessoal?

Os autores aplicam à pesquisa em comunicação os princípios da classificação tipológica e da pesquisa social empírica, visando a obter generalizações científicas – mas será que isso esgota os interesses presentes no âmbito dos estudos de mídia?

Dos programas de pesquisa científica nos estudos de mídia

Discípulo de Schramm e integrante do grupo, Steven Chaffe forneceu, ao deixá-lo, relato bem mais claro, simples e abrangente não apenas de como essa perspectiva se aplica mas, a despeito de suas intenções, ela, fora o favorecimento contextual de um modelo, nada exige de essencialmente comunicacional da pesquisa desde o ponto de vista lógico. A referência ao esquema produção-processamento-efeitos, que definiria aquela abordagem, explicita o autor em seu texto, não é metodologicamente necessária à pesquisa, apresentada por ele em termos mais coerentes, porque mais próximos daqueles que foram originalmente os do empirismo lógico (CHAFFE, 2009; PAVITT, 2001; BOSTROM, 2009).

Isto é, salvo nos casos de comunicação interpessoal direta e imediata, onde a expressão soa, por obra do senso comum, mais significativa, mas não necessária em comparação com outras, como *interação* ou *conversação* por exemplo, não é preciso supor um esquema comunicacional ou mesmo se falar em comunicação, para dar conta da criação, do processamento, da difusão e recepção de símbolos sociais de que fala Berger.

Em nosso ver, o caso dos estudos de mídia – que, em todo o mundo, são os que interessam à maior parte do pessoal acadêmico da área de comunicação, é uma prova ainda mais eloquente disso, como se vai argumentar agora, recorrendo ao conceito epistemológico de “programa de pesquisa científica” proposto pelo filósofo Lakatos (1983).

Segundo ele, vale recordar, podemos chamar assim, as problemáticas de estudo, princípios metodológicos e conceitos teóricos que guiam o trabalho do pesquisador, que o ajudam a dar novos passos e integrar novos territórios

ao conhecimento – até esses esbarrarem em limites, esgotarem seu potencial heurístico, tornarem-se comparativamente desvantajosos ou, ainda, serem repetidamente refutados pela experiência e a crítica. (LAKATOS, 1983, p. 17-123-134-179).

Reservando a expressão “teoria da comunicação” à atividade filosófica responsável pela elaboração e análise desse termo (*comunicação*), julga-se aqui que, sempre que se trata de investigação empírico-documental envolvendo os chamados meios de comunicação, far-se-ia melhor, do ponto de vista da reflexão epistemológica, se, em vez daquela primeira expressão, falássemos em “programas de pesquisa científica” em estudos de mídia, pouco importando se forem desenvolvidos fora ou dentro da área acadêmica de comunicação.

Oriunda do Ensino Médio anglo-saxão, onde se tornou corrente nos anos 1980, a expressão “estudos de mídia” começou a conquistar terreno no meio universitário, a partir de 2000. (MARRIS; THORNHAM, 1999; WAYNE, 2003, O’SULLIVAN, 2004). Exemplos de programas de pesquisa científica na área seriam, apontemos para simples visualização, no caso do jornalismo, os estudos de *newsmaking* e *gate-keeping*; e, em relação à formação da opinião pública em geral, as pesquisas sobre espiral do silêncio e *agenda-setting*; como antes, referindo-se à investigação empírica dos efeitos da propaganda e dos meios de comunicação, teriam sido os que testaram o (eventualmente descoberto) esquema do *two-step flow*. (SAPERAS, 1985, 1987; WOLF, 1987, 1994).

Também se incluíam na rubrica, para reforçar a ilustração, as pesquisas de recepção sobre vários tipos de produto midiático concebidas de acordo com o modelo *coding/decoding*, de Hall (GRANDI, 1995, p. 171-239), assim como essas que, agora, de modo ainda mais amplo, procuram mostrar, em detalhes, os vários processos de midiaticização da vida social surgidos na contemporaneidade. (KROTZ, 2007; HJARVARD, 2014).

Sempre que se evita sua exposição abstrata como sínteses genéricas, isto é, na forma de “teorias da comunicação”, algo muito comum nos manuais – todos esses programas de pesquisa, conforme preferimos chamar – servem à investigação científica, sem precisar fazer nenhum emprego estrutural do termo *comunicação*.³

Como quaisquer outros do tipo, valem, eles todos, como conjunto ou sistema de hipóteses, que podem ser testados e, em alguns casos, refutados em âmbitos específicos, como, por exemplo, o da propaganda política nas campanhas eleitorais, o da pauta do debate público pelo noticiário da imprensa, o da recepção das telenovelas em diferentes grupos sociais, etc.

³ Os métodos entre os primeiros e os últimos casos podem, por certo, variar; lá baseados no inquérito estatístico, aqui no exame do discurso ou numa mescla de observação etnográfica com análise institucional; mas não é isso, nem muito menos as reflexões e a pragmática que se acoplam a eles que, aqui, importa destacar.

De certo, esses programas de pesquisa podem adquirir um caráter essencialmente fenomenológico e, portanto, teórico, sempre que suas generalizações empíricas são tomadas fora do marco da pesquisa concreta em que se desenvolveram e em relação à qual, por certo com ajustes, talvez sigam sendo úteis.⁴ Convém notar, contudo, que a extrapolação abstrata dos mesmos para o conjunto dos fenômenos de mídia lhes altera o estatuto lógico. O procedimento retira aquelas generalizações do âmbito de um programa de pesquisa empírico ou documental para situá-las noutra: o das proposições hermenêuticas de caráter mais ou menos universal sobre a mídia.

Isso quando, já neste último plano, aqueles programas, de forma muito infeliz, não são pura e simplesmente identificados e apresentados à comunidade acadêmica como “teorias da comunicação”.

A exposição abstrata das ideias que informam os programas de pesquisa, o relato resumido de seus resultados como teorias, vale para fins de aprendizagem e discussão intelectual, conquanto se alerte para sua origem e devida função, isto é, sua vinculação à prática de pesquisa empírica e/ou documental. O esclarecimento científico exige a recordação das circunstâncias que limitam seu aproveitamento em termos puramente fenomenológicos e reflexivos, ou seja, teóricos. O fato de que, embora estejam presentes na área acadêmica, os programas de investigação científica mencionados não se encontram lógica ou epistemologicamente contidos na ideia de comunicação é outro ponto a não ser esquecido.

Ainda nesse sentido, vale abrir parêntese para acrescentar nota sobre a presença e a influência que tem, no campo em exame, o movimento muito mais amplo no sentido de pensar a cultura que inicia com Nietzsche. A crítica cultural vem, talvez desde seu início, procurando, desde os mais diversos ângulos, interpretar o sentido global das comunicações de massa. Apesar de poderem impactar a pesquisa (FISKE, 1989, 1990), tanto quanto se aproveitarem de seus resultados, faz-se bem em notar que essas teorias, em geral, todavia, têm, em si mesmas, um estatuto lógico diverso daquele que encontramos nos programas de pesquisa mencionados mais acima.

Autores como Shills (1992) e Baudrillard (1991), consagrados no passado, assim como tantos que lhes seguem os passos agora, não são referências privilegiadas, nem muito menos pesquisadores especializados no estudo dos fenômenos de mídia. Que em suas obras se encontrem, com maior ou menor interesse, extensão e profundidade, ideias, teses e mesmo uma fenomenologia abrangente da matéria, não deve ser licença para tomá-

⁴ Desse movimento, e não dos estudos de mídia, surgiu um campo de reflexão filosófico, e não epistemológico, com foco na comunicação. Dele seriam exemplos trabalhos como os de Scherer (1971), De Vito (1982), Chang (1996) e Bergman (2009).

los como teóricos da comunicação humana, salvo em casos declarados, ainda assim discutíveis, como, por exemplo, o de McLuhan.⁵

Significa que, nesses exemplos, estamos diante da apresentação de relatos fenomenológicos cujo emprego, no âmbito da pesquisa empírica e/ou documental, não é óbvio, nem pode ser imediato. A possibilidade pode ser explorada caso a caso e, em sendo positiva, o emprego está sujeito à impugnação empírico-documental, porque – salvo exceção a determinar – eles não foram elaborados visando esse tipo de emprego.

O principal, por tudo isso, consiste em saber que, fora as situações de comunicação interpessoal direta e imediata, as teorias, no estudo especializado feito no domínio da cultura (por oposição ao da natureza), são sempre matrizes de programas de pesquisa de ordem científica sobre, por exemplo, o jornalismo e a propaganda, os entretenimentos massivos e a opinião pública – mas não sobre comunicação social: o foco de seu trabalho tende a ser regulado pela noção de mídia, em vez do conceito de comunicação humana.

Conclusão

A comunicação humana pode, sem dúvida, ser objeto de teorização autônoma tanto quanto, na ciência, ser tema de investigação empírica por parte da psicologia e de algumas ciências naturais – mas é um conceito de inexpressiva relevância quando se trata de estudar os fenômenos de mídia, inclinados a abordagens histórico-sociológicas ou estético-semiológicas, predominantes no setor das ciências da cultura (por oposição às ciências da natureza).

A coisa, sim, pode ser objeto de pensamento, mas, exceto em uns poucos casos, como o do relacionamento interpessoal, e não o de pesquisa, se por pesquisa entendermos a elaboração de conhecimento oriundo de análise empírica e/ou documental passível de desenvolvimento aberto e diferenciável, de acordo com o ditado pela experiência regrada e sistemática.

O emprego da noção com o objetivo de estudo científico e, portanto, em termos empíricos, em esferas mais amplas, supõe seu reducionismo psicológico, conforme reconhece até mesmo um defensor dessa perspectiva:

⁵ McLuhan (1968) trabalhou sobretudo nas áreas da filosofia da história, da filosofia da cultura, da filosofia da tecnologia, da filosofia da religião, dos estudos literários – só secundariamente foi teórico da comunicação.

Na ciência da comunicação, a explicação geralmente se revela acompanhada da exposição de algum tipo de processo causal. Uma explicação causal completa inclui os mecanismos geracionais e de intermediação [da comunicação]. Na teoria científica da comunicação atualmente existente, o mecanismo gerativo quase sempre consiste [porém] de micro ou macroestruturas psicológicas. (PAVITT, 2016, p. 8).

O virtual desprezo pelo conceito de comunicação, verificado na maioria dos programas de pesquisa apontados mais acima, pode ser considerado, por isso, prova da pouca relevância do referido conceito no trabalho de investigação efetivamente posto em prática nos estudos de mídia. A lembrança de que, embora revelem firme interesse em estudar a mídia e seus fenômenos, há correntes intelectuais que podem chegar até o ponto de invalidar o significado científico do termo *comunicação*, apenas o reforça.⁶

Aparentemente, é pobre em alcance e esquemática em figura a aplicação da categoria à pesquisa de mídia. Já os conceitos que lastreiam aqueles programas, não. Sabidamente comportam teste ou análise rica e variada, por mais que seu mérito intrínseco e seus resultados específicos possam, como tudo o mais, ser questionados pela comunidade acadêmica.⁷

Referências

- AYER, Alfred Jules. *Logical positivism*. Nova York: Free Press, 1966.
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulações*. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BERGER, Charles. Por que existem tão poucas teorias da comunicação? In: MARTINO, L. C. (Org.). *Teorias da comunicação*. São Paulo: Cotia, 2007. p. 43-80.

⁶ Correspondem à sua forma clássica os estudos de crítica à indústria cultural, oriundos da Escola de Frankfurt. Variante com maior acento no aspecto político e na análise historicista das estratégias econômicas e sociais que agenciam suas manifestações concretas, se encontra, por exemplo, em trabalhos como os de Armand Mattelart (1989).

⁷ Chamando a atenção a essas distinções, não se está negando as ou passando atestado de ignorância às contaminações e influências recíprocas que ocorrem entre os vários palcos e cenários mencionados no texto, mas antes salientando que, sem levar as primeiras em conta, não há como avançar no entendimento do estatuto epistemológico dos estudos na área.

BERGER, Charles; CHAFFE, Steven. The study of communication science. In: _____. *Handbook of communication science*. Newbury Park: Sage, 1987a. p. 15-19.

BERGER, Charles; CHAFFE, Steven. What communication scientists do. In: _____. *Handbook of communication science*. Newbury Park: Sage, 1987b. p. 99-105.

BERGER, Charles et al. What is communication science. In: BERGER, Charles et al. (Org.). *Handbook of communication science*. 2a. ed. Thousand Oaks: Sage, 2010. p. 3-20.

BERGMAN, Mats. *Peirce's philosophy of communication*. Nova York: Continuum, 2009.

BOSTROM, Robert. Scientific approach. In: LITTLEJOHN, Stephen; FOSS, Karen (Org.). *Encyclopedia of communication theory*. Thousand Oaks: Sage, 2009. p. 867-870.

BOURDIEU, Pierre. O campo científico. In: BOURDIEU, Pierre. *Sociologia*, São Paulo: Ática, 1983. p. 122-155.

BOURDIEU, Pierre. *Les usages sociaux de la science*. Paris: Inra, 1997.

CHAFFE, Steven. Thinking about theory. In: STACKS, Don; SALWEEN, Michael (Org.). *An integrated approach to communication theory and research*. 2. ed. Nova York: Routledge, 2009. p. 13-29.

CHANG, Briankle. *Deconstructing communication*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

CRAIG, Robert. Constructing theories in communication research. In: COBLEY, Paul; SCHULZ, Peter (Org.). *Handbook of communication Science I: theories and models of communication*. Amsterdam: De Gruyter, 2013. p. 39-58.

CRAIG, Robert. Communication as a field and discipline. In: DonSbach, Wolfgang (Org.). *The international encyclopedia of communication*. Malden: Blackwell, 2008.

DE VITO, Joseph. *Communicology*. Nova York: Harper, 1982.

FISKE, John. *Television culture*. Londres: Routledge, 1989.

FISKE, John. *Understanding popular culture*. Londres: Routledge, 1990.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1978.

GRANDI, Roberto. *Texto y contexto en la comunicación de masas*. Barcelona: Bosch, 1995.

GRIFFIN, Emory A. *A first look at communication theory*. 8. ed. Nova York: McGraw-Hill, 2011.

- HEIDEGGER, Martin. *Filosofia e cibernética*. Pisa: ETS, 1988.
- HJARVARD, Stig. *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Ed. da Unisinos, 2014.
- KROTZ, Friedrich. *Mediatisierung von Kommunikation*. Wiesbaden: VS, 2007.
- LAKATOS, Imre. *La metodología de los programas de investigación científica*. Madri: Alianza, 1983.
- LYOTARD, Jean-François. *O pós-moderno*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.
- MARRIS, P.; THORNHAM, S. (Org.). *Media studies*. 2. ed. Edinburgo: Edinburgh University Press, 1999.
- MATTELART, Armand. *O carnaval das imagens*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- MERTON, Robert. *Social theory and social structure*. Nova York: Free Press, 1968.
- MORAGAS, Miquel. *Teorías de la comunicación*. Barcelona: GG, 1981.
- O'SULLIVAN, Tim (Org.). *The media studies reader*. Londres: Arnold, 2004.
- PAVITT, Charles. *Philosophy of science and communication theory*. Hauppauge: Nova Science, 2001.
- PAVITT, Charles. *A survey of scientific communication theory*. Nova York: Lang, 2016.
- RHEINBERGER, H. G. *On historicizing epistemology*. Stanford: Stanford University Press, 2010.
- RODRIGUES, Adriano. *Dicionário breve de informação e da comunicação*. Lisboa: Presença, 2000.
- SAPERAS, Enric. *La sociología de la comunicación en los Estados Unidos*. Madri: Akal, 1985.
- SAPERAS, Enric. *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Madri: Akal, 1987.
- SCHERER, René. *Les philosophies de la communication*. Paris: Sedes, 1971.
- SCHRAMM, Wilbur. How communication works. In: SCHRAMM, W. (Org.). *The process and effects of mass communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1954. p. 3-26.
- SCHRAMM, Wilbur. Human communication as a field of behavioral science. In: KING, Sarah (Org.). *Human communication as field study*. Albany: State University of New York, 1989. p. 16-26.

- SFEZ, Lucien. *Critique de la communication*. Paris: Seuil, 1992.
- SHILLS, Edward. *Centro e periferia*. Lisboa: Difel, 1992.
- VILLANUEVA, Erick. *Comunicación*. Quito: Ciespal, 2010.
- WAYNE, Mike. *Marxism and media studies*. Londres: Pluto, 2003.
- WOLF, Mauro. *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós, 1994.
- WOLF, Mauro. *As teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1987.