

# Comunicação e pós-modernidade: parâmetros para reflexão

Verbena Córdula Almeida\*

Faculdade 2 de Julho – Salvador-Ba-Brasil

## Índice

1 Teorias, escolas e tendências	1
2 A comunicação na perspectiva contemporânea	4
3 Bibliografia	8

## Resumo

Este trabalho objetiva apresentar reflexões acerca dos novos paradigmas da comunicação de massa na Pós-Modernidade. Parte da retrospectiva histórica das concepções teóricas de algumas escolas do pensamento comunicacional – com destaque para a Escola Funcionalista Americana, também conhecida como Escola de Chicago, a Escola de Frankfurt e a Escola de Birmingham, também denominada *Cultural Studies* –, buscando traçar um perfil geral do pensamento de cada uma e posteriormente sugere alguns parâmetros de análise para se pensar a comunicação de massa na contemporaneidade, partindo do conceito de Pós-Modernidade e dos questionamentos dela advindos.

---

\*Doutora em História da Comunicação pela Universidad Complutense de Madrid, professora dos cursos de Comunicação Social da Faculdade 2 de Julho Salvador-Ba-Brasil.

**Palavras-chave:** Comunicação, Escolas, Pós-Modernidade.

## 1 Teorias, escolas e tendências

Teorias da Comunicação é a denominação dada aos estudos e pesquisas iniciados no século XX, que buscaram compreender a comunicação de massa – embora antes, como por exemplo os estudos sobre retórica realizados na Grécia Antiga, por Aristóteles, também possam ser considerados no contexto dos estudos sobre a comunicação. Algumas correntes teórico-metodológicas se destacaram e vêm sendo contestadas, adaptadas e/ou modificadas ao longo do tempo

### 1.1 O funcionalismo de Chicago

Nos Estados Unidos, no final da década de 1920 e princípio da década de 1930, foram desenvolvidos os primeiros estudos sociológicos sobre consumo dos meios de comunicação. Partiram dos sociólogos funcionalistas Lazarsfeld, Lasswell e Merton, e se preocuparam em estudar os receptores da

comunicação, tanto no aspecto econômico quanto no tecnológico, mas não no cultural. Na perspectiva desta corrente a comunicação é abordada como tendo um papel de organização social. As funções da comunicação seriam variadas – tais como a vigilância, a integração, a educação, o entretenimento, a normalização.

De acordo com o funcionalismo, a sociedade deve ser considerada com um “organismo”, um sistema articulado e interrelacionado, formado por partes, sendo que cada uma delas desempenha função de integração e manutenção do próprio sistema. Afirma que os meios de comunicação, compreendidos como emissores de informação, têm sempre a intenção de persuadir aos receptores.

Para a Escola Funcionalista, também conhecida como Escola de Chicago, o ato de comunicar estaria preso a um esquema básico formado da seguinte maneira: “quem”, diz respeito ao emissor ou comunicador, e das circunstância em que ele inicia e direciona o processo de comunicação; “diz o quê”, referindo-se à análise de conteúdo da comunicação; “por que meio”, sugerindo uma análise da mídia; “a quem”, referindo-se a uma análise das reações da recepção e, finalmente, “com que efeitos”, que sugere uma análise dos efeitos proporcionados pela mensagem.

De um modo geral, esta escola concentrou as suas pesquisas na sociologia funcionalista, buscando medir os efeitos que os meios de comunicação causavam nos indivíduos e na sociedade.

A sociologia funcionalista concebia mídias, novas ferramentas da democracia moderna como mecanismos decisivos de regulação das

sociedades e, nesse contexto, só podia advogar uma teoria voltada para a reprodução dos valores do sistema social, do estado de coisas existentes (Mattelart, 2005: 73).

Os funcionalistas da Escola de Chicago desenvolveram seus estudos tendo em vista uma certa fascinação pelos meios audiovisuais, principalmente a televisão, e tiveram como berço os Estados Unidos, que dominou suas reflexões e estudos empíricos.

## 1.2 Os teóricos de Frankfurt

De origem alemã, com orientação marxista, a Escola de Frankfurt – filosófica e sociológica – com relação aos meios de comunicação tem como fundamento principal a atenção nos processos de alienação gerados pelo sistema capitalista. O processo de libertação consistiria em converter os meios de comunicação em agentes educativos, para levar a alta cultura a toda a população. Nela, Walter Benjamin se distinguiu da maioria dos teóricos ao ponderar que os meios de comunicação produziram suas próprias criações (literatura de massa, arte pop, música popular, etc.), nas variedades de informação e diversão, o que terminaria por determinar a superação da emissão educativa imposta pelos setores mais ilustrados.

Dentro desta corrente, na década de 1940 o teórico Theodor Adorno formulou, juntamente com Horkheimer, o conceito de Indústria Cultural (IC), a partir do qual a produção dos bens culturais se daria nos mesmos moldes da produção industrial. Assim sendo, esses produtos culturais (filmes,

revistas, entre outros) estariam sendo produzidos no mesmo esquema organizacional de uma empresa fabricante de automóveis, por exemplo: produtos padronizados, feitos em série. Esta percepção adorniana põe a produção cultural dentro de uma lógica de deterioração da cultura; a conversão desta em mercadoria provocaria sua queda. De acordo com Mattelart (2005: 78), “a produção industrial sela a degradação do papel filosófico-existencial da cultura”.

Adorno e Horkheimer utilizaram pela primeira vez a expressão Indústria Cultural no livro *Dialética do Esclarecimento*. Eles objetivaram criar um conceito e estabelecer uma oposição ao termo cultura de massas, que no capitalismo havia tido seu aspecto descaracterizado. Para eles, a cultura de massas já não tinha correspondência com o seu conceito, ou seja, a partir da sua apropriação pelo capital passou a ser vista ou trabalhada como uma mercadoria.

Ainda conforme Mattelart “entre *A dialética do esclarecimento* [...] e *O homem unidimensional*, de Marcuse, manifesta-se a mais profunda coerência de uma escola de pensamento que critica um mundo onde a instrumentalização das coisas torna-se a dos indivíduos (2005: 81).

Há que registrar o fato da estratégia de manipulação da indústria cultural se refletir através de uma estrutura multiestratificada das mensagens que podem ser explícitas ou ocultas, possuindo no segundo caso mais hipóteses de penetrar no cérebro dos espectadores, escapando ao controle da consciência realizado pelo indivíduo. Os diversos níveis das mensagens

caracterizam-se por relações manifestas e relações latentes que estabelecem entre si e também pelo fato de canalizarem as reações do público aos programas televisivos, fazendo-o “adequar-se ao créditos totalitários mesmo quando a mensagem explícita e visível dos programas possa ser antitotalitária (Adorno: 1954 *apud*, Wolf: 1985).

Há que se considerar, no entanto, que este conceito de Indústria Cultural formulado pelos frankfurtianos, embora aceito por uma quantidade considerável de estudiosos da comunicação, também é criticado por outros. Como exemplo do segundo caso temos o teórico italiano Umberto Eco, para quem o conceito de IC, tal como fora formulado, termina por atribuir o que ele chama de “caráter divino” àquilo que busca criticar – o poder hegemônico. Eco considera os frankfurtianos como apocalípticos<sup>1</sup>, ou seja, portadores de uma visão totalmente negativista e catastrófica acerca da cultura de massas.

### 1.3 Birmingham e a cultura

Também de orientação marxista, mas centrada na cultura das classes subalternas –

<sup>1</sup> Apocalípticos e integrados foram termos cunhados por Umberto Eco para classificar, respectivamente, os que consideravam a massificação da produção e do consumo da cultura de nocivos, por conta da perda da essência da criação artística, a partir do conceito de Benjamim; e os que defendiam que a cultura de massa, ao contrário do que acreditavam os frankfurtianos, representava avanços e sobretudo a democratização da cultura.

mulheres, trabalhadores, imigrantes, minorias de um modo geral – a Escola de Birmingham tem como foco principal os processos de resistência à cultura dominante. Entre os teóricos destaca-se Stuart Hall, cujos estudos se preocuparam sempre em refletir acerca dos aspectos culturais dentro de uma perspectiva emancipadora. Esta perspectiva analítica é conhecida como *Cultural Studies* e seu impacto se fez bastante forte nas ex-colônias britânicas, tendo influenciado muitos teóricos latino-americanos.

Os teóricos desta escola consideram que a cultura de massa é mais criativa do que pensaram e pensam seus críticos. Os consumidores, em vez de passivos, são ativos, criativos e críticos, pois se apropriam e transformam esses objetos de consumo. O consumo não é visto como reprodução de força, mas sobretudo como produtor de sentidos. Os meios de comunicação não são enxergados meramente sob o ponto de vista comercial e de manipulação ideológica, mas sob a perspectiva cultural. Os sujeitos são vistos como parte integrante de uma via dupla: produtores e consumidores, ao mesmo tempo. Isso se constituiria em um espaço permanente de disputa.

Na América latina, os teóricos mais representativos do *cultural studies* são Martín Barbero<sup>2</sup> e García Canclini<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Jesús Martín-Barbero é um filósofo espanhol radicado na Colômbia e que também pesquisa sobre comunicação na América Latina. Entre suas obras estão *Dos Meios às Mediações, Comunicação e Culturas Populares na América Latina*.

<sup>3</sup> Néstor García Canclini é um antropólogo argentino cujas pesquisas se centram mais na Pós-Modernidade e na cultura latino-americanas. São obras suas *Latino-americanos à procura de um lugar neste século, Culturas híbridas, Consumidores*

## 2 A comunicação na perspectiva contemporânea

Essas escolas e tendências (e outras não referidas neste texto) contribuíram e continuam contribuindo para as reflexões em torno dos fenômenos da comunicação na sociedade contemporânea.

A comunicação pode ser um *recurso estratégico*, se pensarmos o desenvolvimento da comunicação – através o uso das novas linguagens e dos ambientes, das próteses ou tecnologias – como o abatimento das barreiras e a exploração das fronteiras. Isto para alargar a capacidade de inclusão, para construir novos equilíbrios entre inovação e tradição, para tornar partilhada uma concepção da cultura humana como capacidade permanente de aprender (Bechelloni, 2005).

As visões distintas sugeridas por essas leituras não devem ser desconsideradas, mesmo que algumas delas sejam altamente questionáveis. Não se pode contestar suas contribuições para a ampliação do pensamento comunicacional das sociedades de massa.

---

*e cidadãos, Estratégias para entrar e sair da Modernidade* entre muitas outras.

## 2.1 Modernidade, pós-modernidade e comunicação

Se a comunicação está se configurando cada vez mais como um lugar estratégico no social, no político, entre outros espaços, é importante a discussão teórica em torno dos fatores diretamente ligados a ela, a fim de que possamos avançar na produção de um conhecimento capaz de alcançar os desafios que representam os avanços tecnológicos neste campo e tantas outras transformações deles decorrentes, que vêm alterando o esquema básico emissor-receptor, possibilitando diversos processos comunicativos que vão muito mais além.

Considerando essas questões é importante que a discussão contemporânea em torno da comunicação de massa não prescindia de uma reflexão acerca do movimento cultural, epistemológico e filosófico chamado de Pós-Modernidade, formulado na década de 1980, que busca, em primeira e última instâncias, construir uma nova racionalidade, tomando como base o estudo da linguagem, das relações culturais, buscando descobrir que lugar têm entre os sujeitos sociais. E, para tanto, não se pode prescindir da transdisciplinaridade e do consequente abandono do velho conceito da racionalidade modernista, calcado no progresso científico.

A Modernidade construiu um conceito baseado na convicção de que a humanidade poderia tomar conta do seu destino através da ciência. Todavia, a complexidade, a diversidade e a multiplicidade dos fenômenos econômicos, culturais e políticos que vivemos desconstruiu esse mito, revelando que não há uma única modernidade, mas múlti-

plas modernidades, ou seja, muitos modos de ser modernos. Ou seja, uma Pós-Modernidade<sup>4</sup>.

No entanto, embora haja uma série de estudos acerca desse fenômeno, não constitui tarefa fácil conceituá-lo de maneira concreta, linear, definitiva. É difícil não somente porque é um fenômeno recente, mas também porque se configura de variadas formas.

O que se poderia afirmar, contudo, é que a Pós-Modernidade é uma nova modalidade de pensar e de viver.

Essa Pós-Modernidade está baseada no binômio sujeito/instituição, concebendo as relações como comunicações. Ganha corpo a percepção de uma sociedade baseada em múltiplas relações por meio das quais pode-se perceber novas características e tendências das formas de sociabilidade, “por meio das quais os indivíduos e os grupos se expressam e se constituem” (IANNI, 2000: 112).

Isso torna imperativo pensar a comunicação a partir de uma perspectiva também de multiplicidade de códigos comunicativos, o que significa afirmar que é imprescindível pensar – e mais do que isso – considerar essa heterogeneidade de pensamentos e manifestações quando buscamos compreender os processos comunicativos nas sociedades contemporâneas.

De acordo com Jesús Martín-Barbero,

[...] la comunicación pasaría a ser  
- vía nuevas relaciones entre ciencia y tecnología - elemento cons-

<sup>4</sup> Sobre este tema várias teóricas já se debruçaram, dentre eles podemos citar Frederic Jameson, autor de *Pós-Modernismo*; David Harvey, que escreveu *Condição pós-moderna* e Zygmunt Bauman, autor de *Modernidade Líquida*.

titutivo de las nuevas condiciones del saber. Que es donde se está produciendo el cambio de sentido de esta época, en un saber que no pertenece ya a aquella razón moderna ambiciosa de unidad, sino que por el contrario se mueve entre la apertura de un horizonte ilimitado de exploración y la conciencia del carácter limitado de cada forma de conocimiento [...] red de conexión entre todos sus espacios y funciones, [...] correspondencia entre todos los saberes en el código/idioma de la información (2008: 4).

Partindo deste pressuposto, faz-se necessário pensarmos, primeiramente, na seguinte questão: o que é, de fato, comunicação?

Poder-se-ia conceituá-la como sendo um processo interativo a partir do contato. Poder-se-ia, também, pensá-la como a compreensão resultante da interação entre interlocutores.

Mas estas conceituações seriam sempre incipientes, careceriam de uma significação mais profunda, uma vez que a comunicação necessita ser compreendida como um ponto de cruzamento entre realidades distintas. Da mesma forma como Hall (2006) destaca que a globalização tem como efeito deslocar e contestar as identidades centradas e fechadas e que, portanto, tem “efeito pluralizantes” (grifo nosso) sobre as identidades, considerando-se aí uma série de variáveis tais como etnia, gênero, nacionalidades, etc., nesta mesma perspectiva pode-se pensar a comunicação. Ou seja, a partir de um caráter polissêmico, já que sua análise não se restringe a uma ciência em particular, mas per-

passa várias ciências – a antropologia social, a sociologia, a linguística, a pedagogia, entre outras.

Seria interessante também o questionamento a respeito das condições políticas, econômicas e culturais que levaram os meios de comunicação a funcionar em sua configuração atual e, de passo, a reflexão acerca de como as sociedades e os indivíduos influenciam e são influenciados psicologicamente, social e culturalmente por essa comunicação contemporânea.

Os estudos teóricos sobre a comunicação devem, pois, buscar uma interpretação das práticas comunicativas permanentes, ademais das inovações que acontecem de modo acentuado e acelerado; devem buscar reconduzir a influência dos meios de comunicação dentro de uma rede de outras influências sociais complexas, evitando encarar a comunicação de modo funcional, como o fez a Escola Funcionalista; é necessário interpretar o fenômeno comunicativo como resultado de uma configuração cultural bastante complexa.

Barros Filho e Sá Martinho afirmam que:

O principal elemento não é a circulação isolada de uma determinada mensagem, mas a construção social do significado que lhe é atribuído e constantemente retrabalhado pelos elementos constitutivos da ação. A comunicação se origina dentro de instituições – os meios de comunicação [...] O princípio de circulação de um determinado bem cultural obedece assim a princípios homólogos aos da troca de mercadorias, mas com a decisiva ressalva de que há etapas

cognitivo-culturais, e não apenas econômicas nesse circuito (2003: 217).

De acordo com estes autores, todo sistema representativo e de significados está diretamente ligado a uma multiplicidade de fatores e a definição arbitrária das formas de conhecer não passa unicamente pela prerrogativa do produtor, mas, da mesma forma, por uma determinação do senso comum e dos subsistemas de conhecimento e reconhecimento de mensagens. Para eles, “ao contrário das premissas frankfurtianas de atribuição de todo o poder de dominação de uma Indústria Cultural mais ou menos definida como detentora do monopólio de atribuição de sentido aos fatos e mensagens” (p. 218), é preciso atentar para o fato de que “os Estudos Culturais apontam para novas formas de distribuição de significados na forma de construção de um complexo modelo de competências específicas adquiridas no curso de uma trajetória social [...]” (IDEM).

A sociedade pós-moderna, pois, constitui-se como uma sociedade da comunicação globalizada, a sociedade dos *mass media*, conforme Vattimo *apud* Drogue (2002: 24-25), caracterizada por:

1) a importância capital dos meios de comunicação; 2) que esses meios desenham uma sociedade não como uma sociedade mais consciente de si, mais ‘ilustrada’; pelo contrário, aparece como uma sociedade mais complexa, inclusive ‘caótica’; 3) que nesse relativo ‘caos’ residem as esperanças de emancipação.

Citando Habermas (1997) Faia (2005) afirma que

As interações que tecem a rede da prática comunicacional quotidiana constituem o meio através do qual se reproduzem a cultura, a sociedade e a pessoa [...] por personalidade, entendo as competências graças às quais um sujeito adquire a faculdade de falar e de agir, logo de participar dos processos de intercompreensão e de afirmar aí a sua própria identidade (s/p.).

Dentro desta perspectiva, pode-se inferir que a comunicação midiática deve ser refletida a partir de um processo de questionamento particular, qual seja o do estatuto do sujeito nos variados espaços que ele possa ocupar, seja como produtor, como ator ou como espectador, conforme assinala Marcos (2005).

A chamada sociedade da informação ou sociedade tecnológica é considerada por muitos autores como um fenômeno recente na história do homem e é mais fácil senti-la do que descrevê-la, porque o mote principal de sua existência se deve a complexos fatores que fizeram emergir novos paradigmas na produção, recepção e percepção da informação (Perles, 2007).

É, portanto, imprescindível pensar a comunicação a partir da consideração das complexidades que perpassam as sociedades contemporâneas, caracterizadas, entre outras coisas, por ambientes de disputas, de hibridismo cultural, o que nos remete a incluir

as discussões em tornos das questões culturais como pautas prioritárias se queremos começar a compreender essas teias cotidianas tecidas nas mais diversas relações sociais e nos processos de mediação realizados pelos meios de comunicação de massa contemporâneos.

### 3 Bibliografia

- BARROS FILHO, C. e SÁ MARTINHO, L. M. (2003), *O habitus na comunicação*. São Paulo: Paulus.
- BECELLONI, Bárbara. (2005), “Identidade cultural como fator de integração. Comunicação, história, cultura e memória na hibridação da comunidade itálica no Brasil”. Trabalho apresentado no NP-13 – Comunicação e cultura das minorias, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, na sessão temática Etnicidade. Disponível em: <[www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0198-1.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0198-1.pdf)>. (consultado em abril de 2009).
- DROGUETT, Juan. (2002), “Vertigem pendular – cultura dos meios de comunicação de massa”. In: BALOGG, Ana Maria et. al. (Org.) *Mídia, Cultura, Comunicação*. São Paulo: Arte & Ciência, 24-25.
- FAIA, Maria Amélia. (2005), “A comunicação da experiência de si na contemporaneidade”. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2005. Disponível em: <[www.bocc.uff.br/pag/faia-maria-comunicacao-experiencia-contemporaneidade.pdf](http://www.bocc.uff.br/pag/faia-maria-comunicacao-experiencia-contemporaneidade.pdf)>. (Consultado em abril de 2009).
- HALL, Stuart. (2006). *Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. (Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Lauro). Rio de Janeiro: DP&A Editora.
- HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C. e FRANÇA, Vera V. (2001). *Teorias da Comunicação – conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes.
- IANNI, O. (2000). *Enigmas da Modernidade-Mundo*. São Paulo: Brasiliense.
- MATTELART, A. M. (2005). *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola.
- MARCOS, Maria Lucília. (2005), “Abertura” e “presença” no contexto dos novos mídia”. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em: <[www.bocc.ubi.pt/pag/marcos-maria-abertura-presenca-contexto-novos-media.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/marcos-maria-abertura-presenca-contexto-novos-media.pdf)>. (Consultado em abril de 2009).
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. (2008), “Pensar la sociedad desde la comunicación: un lugar estratégico para el debate a la modernidad”. *Diálogos de la Comunicación*, nº 77, 2008. Disponível em: <[www.dialogosfelafacs.net/articulos/pdf/32JesusMartin.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/articulos/pdf/32JesusMartin.pdf)>. (Acessado em abril de 2009).
- PERLES, João Batista. (2007), “Comunicação: conceitos, fundamentos e história”. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em:



<[www.bocc.uff.br/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentos-historia.pdf](http://www.bocc.uff.br/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentos-historia.pdf)>. (Consultado em abril de 2009).

POLISTCHUCK, Ilana e TRINTA, Alúzio Ramos. (2003). *Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática do jornalismo*. Rio de Janeiro : Elsevier.

WOLF, Mauro. (2001). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença.