

Resenha

Teorias da comunicação

Mauro Wolf. Lisboa: Presença, 1995.

Liliane Calado¹

Teorias da Comunicação é um convite a apreciação crítica sobre o fenômeno da comunicação, tornando-se uma literatura básica para estudiosos da área. Dividido em duas partes, a obra apresenta um vasto panorama sobre as variáveis e a evolução da pesquisa sobre a comunicação de massa.

Logo na introdução, Mauro Wolf de forma simples e ao mesmo tempo demonstrando a intensidade da reflexão que o livro propõe, apresenta o conceito de *mass media*. “Constituem simultaneamente um importantíssimo setor industrial, um universo simbólico, um investimento tecnológico em contínua expansão, uma experiência individual cotidiana, um sistema de intervenção cultural e de agregação social (...)”.²

Desse modo, a partir da constatação da amplitude do conceito de *mass media*, o autor instaura um desafio: Como estudar um objeto que muda tantas vezes de forma? Como resposta Wolf apresenta uma análise sobre os principais arquétipos teóricos e âmbitos de pesquisa que se dedicaram a caracterizar os meios de comunicação. Para isso, percebe-se que o teórico fundamentou uma rica e apurada investigação sobre tal assunto.

A primeira parte consta de um único capítulo “*Contextos e paradigmas na pesquisa sobre mass media*” que apresenta de forma densa as principais teorias que se dedicaram a análise dos mass media: teoria hipodérmica, abordagem empírico-experimental, abordagem de campo, teoria de base-estrutural-funcionalista, teoria crítica, teoria culturoológica, os cultural studies, teorias comunicativas. Cada uma dessas teorias é detalhada a partir do contexto histórico, social e econômico em que se difundiram. Wolf também tece considerações sobre os principais autores e obras de cada período.

¹ Aluna Especial do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB

² Página 11.

Entre as explicações sobre os modelos teóricos, o autor deixa claro que não existe fronteiras definidas entre as teorias apresentadas, muitas vezes elas se incorporam ou se complementam. Nessa trama, Wolf traz a tona vários conceitos que enriquecem o conteúdo do texto e permitem ao leitor acompanhar a evolução do assunto de maneira profunda. Entre os conceitos destacam-se: Sociedade de massa, audiência, indústria cultural, dentre outros.

A segunda parte apresenta dois capítulos “*O estudo dos efeitos a longo prazo*” e “*Da sociologia dos emissores ao newsmaking*”. Ambos ressaltam as tendências mais recentes da pesquisa em comunicação, mostrando as principais diferenças entre o que o autor conceitua de velho e novo paradigma, delimitado, segundo ele a partir da consciência dos estudiosos de que as “comunicações não intervêm diretamente no comportamento explícito, tendem, isso sim, a influenciar o modo como o destinatário organiza a sua imagem do ambiente”³. De acordo com Wolf essa é a característica principal do novo paradigma dos estudos em comunicação.

O autor enumera didaticamente as transformações que esse novo paradigma provocou no campo da pesquisa em comunicação, por exemplo, a mudança nos efeitos provocados pelos meios de comunicação, que passaram a ser entendidos como conseqüências de longo prazo (efeitos cognitivos).

No capítulo “*O estudo dos efeitos a longo prazo*”, o teórico se detém a explicar metodicamente sobre a hipótese de agenda-setting. Em vinte e sete páginas, Wolf descreve o conceito, os pressupostos, características, efeitos, críticas e problemas da agenda-setting. Em todo o texto, o estudioso deixa sua opinião explícita, exaltando algumas críticas e ressalvas, como a observação de que a agenda-setting é um modelo de pesquisa estável e com dificuldades de verificação empírica.

No último capítulo “*Da sociologia dos emissores ao newsmaking*”, se destacam perspectivas sobre os estudos acerca dos emissores e dos processos produtivos nas comunicações de massa, começando com as pesquisas sobre os gatekeepers – uma compreensão acerca do controle das informações divulgadas pelos *mass media*. Em seguida, Wolf explica de forma pragmática sobre questões como autonomia profissional, manipulação, distorção voluntária e involuntária da informação.

Por fim, Teorias da Comunicação expõe o tema newsmaking – conceituado “como um conjunto de critérios de relevância que definem a noticiabilidade de cada

³ Página 126.

acontecimento, isto é sua aptidão para ser transformado em notícia”⁴. O assunto é pormenorizado, ressaltando-se as elucidações sobre fontes, agências, produção, seleção e valores das notícias, dentre outros.

Como reflexão conclusiva, Wolf indica que linhas de convergência emergem entre as pesquisas sobre a comunicação de massa, postulando que a interdisciplinaridade é uma possibilidade real e pertinente nessa conjuntura. Da mesma forma, Teorias da Comunicação suscita também a necessidade do surgimento de novos modelos teóricos que expliquem as atuais configurações dos processos comunicativos.

A obra apesar da densidade apresentada - provocando algumas vezes dureza e arduidade à leitura - é muito abrangente e reflexiva o que proporciona uma visão panorâmica e aprofundada do assunto, tornando-se um suporte teórico significativo para pesquisadores que almejem compreender os pressupostos e teorias da comunicação de massa.

⁴ Página 170.