

Na fronteira: uma meta-análise da situação da pesquisa sobre mídia e comunicação*

On the edge: a meta-analysis of the state of
media and communication research

En la frontera: un meta-análisis de la
situación de la investigación sobre
medios de comunicación y la comunicación



Klaus Bruhn Jensen é professor livre-docente do Departamento de Estudos de Cinema e Mídia da Universidade de Copenhagen (Dinamarca) e professor II da Universidade de Oslo (Noruega). Entre suas obras mais recentes incluem-se *News of the world* (1998, organizador) e *A handbook of media and communication research* (2001, organizador).
E.mail: kbj@hum.ku.dk.

* Paper apresentado na 14th. Nordic Conference on Media and Communication Research – Kungälv (Suécia), 14-17 de agosto de 1999. NEWCOMB, Horace. Searching for landmarks at the forefront of the media research. In: CARLSSON, Ulla (Ed.). *Research at the forefront of media science*. Nordicom Review. Goteborg/Sweden, v. 21, n. 2, 2000. Tradução do inglês: Karina Medeiros de Lima.

JENSEN, Klaus Bruhn. Na fronteira: uma meta-análise da situação da pesquisa sobre mídia e comunicação. *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, a. 23, n.36, p. 57-72, 2o. sem. 2001.

Resumo

Este artigo faz uma revisão da atual situação da pesquisa internacional sobre mídia e comunicação. Primeiro, sua premissa é que, nas décadas recentes, o campo tem atravessado um processo de convergência entre tradições formais antagônicas de pesquisa. Segundo, contudo, o artigo identifica diversos problemas que persistem na pesquisa básica ou teórica e aplicada ou política, que limita o atual valor explanatório, bem como a relevância social dos estudos. Terceiro, é elaborado um argumento para expandir o campo. Enquanto ainda se debate se os estudos de mídia de fato constituem um campo ou uma disciplina, este artigo sugere que a área do estudo deveria desenvolver-se interdisciplinarmente numa Faculdade de Mídia, Comunicação e Cultura. A abertura de fronteiras da pesquisa em mídia e comunicação está nessa interface com outras disciplinas, departamentos, bem como as instituições sociais não-acadêmicas.

Palavras-chave: Convergência – Pesquisa Interdisciplinar – Faculdade de Mídia.

Abstract

This article reviews the current state of international media and communication research. First, its premise is that, in recent decades, the field has gone through a process of convergence between formerly antagonistic traditions of inquiry. Second, however, the article identifies several problems persisting within both basic or theoretical and applied or politically concerned research, which limit the present explanatory value as well as the social relevance of studies. Third, an argument is made for expanding the scope of the field. While it is still debated whether media studies, in fact, constitute a field or a discipline, this article suggests that the area of study should develop into an interdisciplinary Faculty of Media, Communication, and Culture. The cutting edge of media and communication research is at its interface with other disciplines, departments, as well as social institutions outside the academy.

Keywords: Convergence – Interdisciplinary research – Faculty of Media.

Resumen

Este artículo emprende una revisión de la actual situación de la investigación internacional sobre medios de comunicación y comunicación. Primero, su premisa es que, en las recientes décadas, el campo viene atravesando un proceso de convergencia entre tradiciones formales antagónicas de investigación. Más adelante, sin embargo, se identifican diversos problemas que persisten en la investigación básica o teórica y aplicada o política, que limita el actual valor explicativo así como la relevancia social de los estudios. Por fin, se desarrolla una argumentación para aumentar el campo de investigación. Mientras se debate aún si estudios sobre los medios de comunicación, de hecho, constituyen un campo o una disciplina, este artículo sugiere que el área de dicho estudio se debería desarrollar en una interdisciplinaria Facultad de Medios de Comunicación, Comunicación y Cultura. La apertura de fronteras de la investigación de los medios de comunicación y la comunicación está en esa interfaz con otras disciplinas, departamentos, así como las instituciones sociales no-académicas.

Palabras-clave: Convergencia – Investigación interdisciplinaria – Facultad de Medios de Comunicación.

Em 1983, o *Journal of Communication* publicou o dossiê intitulado “Fermento no campo” [tradução do original] que apresentou um inventário de aproximadamente três décadas de estudos sobre mídia e comunicação e esboçou uma agenda para pesquisas mais aprofundadas. Uma das contribuições resumiu uma posição cética com esse título: “What ferment?” (Que fermento?). O autor, Ithiel de Sola Pool, foi mais longe:

Eu desejaria que houvesse alguma fermentação, mas eu falhei em encontrá-la. A fermentação é um processo produtivo; as enzimas produzem uma bebida através da agitação. A atual pesquisa em comunicação está em fermentação ou em estado de morte? Alguma coisa de novo e produtivo está sendo feito ou estamos marcando passo? Minha resposta é otimista, mais por causa do que o mundo está fazendo para a disciplina do que por causa do que está acontecendo dentro da disciplina (1983, p. 258).

Estas questões servem como um lembrete de que, sugira a metáfora o que quiser, a noção de pesquisa “em fermentação”, “na dianteira” ou “em abertura de caminhos” é controversa. As respostas, otimistas ou não, igualmente trazem premissas teóricas e políticas. Por exemplo, de Sola Pool assumiu que “nós” somos uma “disciplina” estabelecida mais propriamente que um campo *ad hoc*, como referido no título da edição da revista. Mas, existe um “nós”? E existe até mesmo um “campo”? Que fermento? Que campo?

Antes que alguém comece a identificar exemplos de estudos singulares, abandone teorias completas ou metodologias que possam representar a onda deste novo milênio, enquanto designam outras historicamente esquecidas, proponho examinar algumas das premissas de tão estimado empreendimento. Na primeira parte dessa apresentação, aproveito a oportunidade para engajar-me numa meta-análise do que é “uma abertura de caminhos”, com referência aos exemplos prototípicos de pesquisas anteriores. Em segundo lugar, começo a confrontar a questão de onde a abertura de caminhos da pesquisa sobre a mídia e comunicação deve estar no futuro – caso a abertura e o campo existam.

Minhas próprias premissas para examinar ambos, numa breve análise, são as que seguem (cf. Jensen, 1995, cap. 9-11). Pesquisadores de mídia e comunicação estabeleceram inicialmente duas subculturas acadêmicas distintas, lembrando a simplificação da sensibilização a respeito das artes e ciências de C. Snow (1964). Muito esforço foi feito para a reintegração e “convergência” teórica e metodológica, particularmente desde o tempo da edição do “Fermento no campo”, a fim de juntar o melhor de ambos os mundos para a produção de conhecimento mais válido e socialmente mais relevante. O atual resultado final desse complexo desenvolvimento histórico, pelo menos nos países nórdicos, é um “campo” que está a ponto de – no ápice – se tornar uma “disciplina”. No centro do campo estão as diversas tecnologias de mídia, suas instituições sociais e linguagens características, mesmo que países e universidades devam dividir o campo de formas diversas. É o filme, por exemplo, um meio entre outros? O jornalismo é uma área privilegiada de pesquisa e treinamento profissional ou um dos vários gêneros? Nos termos das estruturas que produzem ciência continuamente – departamentos, jornais, conferências e consultoria para clientes públicos e privados –, o campo da pesquisa em mídia e comunicação é agora uma disciplina de facto nos países nórdicos, marcado por presença acadêmica e legitimação pública. E logo terá status de departamento, sem os tradicionais antagonismos de antes dentro de e entre departamentos, apesar da necessidade

de continuarem os esforços, não pequenos, quanto a condições de convergência, restos do negócio em andamento da pesquisa (por exemplo, Rosengren, 1996; Jensen, 1996).

No artigo “Que fermento?”, Ithiel de Sola Pool referiu-se à comum distinção entre forças internas e externas à pesquisa científica, sugerindo que era otimista por causa do que “o mundo está fazendo para a disciplina”(p. 258), mais do que o contrário. Enquanto eu continuo a questionar a distinção entre pesquisa básica e pesquisa socialmente relevante, esta distinção abastece um quadro familiar em que são avaliados conceitos competitivos do “ápice”. Nesta primeira parte, critico quatro intervenções, duas das quais das perspectivas básicas e aplicadas, voltando na segunda parte para uma discussão menos crítica, mais reconstrutiva, sobre onde o campo deve encontrar sua próxima divisa.

O que é uma abertura de fronteiras?

Na pesquisa básica, uma questão-chave, até mesmo a principal justificativa para a existência do campo como tal, tem sido o estudo dos “efeitos”. Um importante recurso nessa área é a obra *Milestones in mass communication research: media effects*, organizada por Lowery & DeFleur, cujo título explicitamente os associa com a noção de uma “abertura de caminhos”. Para meu presente argumento, os aspectos mais interessantes disso são, primeiramente, que “pedras” devem ter sido deixadas de lado e, depois, que pedras foram movidas ao longo do caminho dessas três edições. Da primeira à segunda edição, de 1983 a 1988, a principal mudança relativamente incontroversa consistiu na adição de duas pedras, chamadas pesquisa agenda-setting (McCombs & Shaw, 1972) e o relatório sobre o status da televisão e comportamento social, do Instituto Nacional de Saúde Mental, dos Estados Unidos (NIMH, 1982). No final da segunda edição, ocorreu uma referência interessante ao que o autor chamou “o paradigma do significado” (Lowery & DeFleur, 1988, p. 455). Apesar de seu registro primário ter se referido à sociologia e antropologia clássicas, mais que à crítica e teoria continental, sua exploração sobre o “significado” no

contexto da “construção social da realidade” (p. 456) assinalou uma abertura a uma variedade de fontes teóricas e suas potenciais convergências, que foi ganhando espaço na década de 1980. Pela abertura da terceira edição, contudo, Lowery & DeFleur mudaram seu rumo, com uma pequena explicação sobre o que aconteceu ao “paradigma do significado”:

Está claro (...) que o modo dominante de pesquisa – a metodologia maior – que vem movendo para frente a abertura de caminhos da disciplina é a pesquisa quantitativa conduzida dentro das perspectivas e metodologias teóricas da ciência social. (...) É a acumulação da pesquisa quantitativa completada com as diretrizes do método científico que fez a mais significativa contribuição ao nosso entendimento emergente do processo e dos efeitos da comunicação de massa (1995, p. XI).

Esta voz, do fundo da corrente condutora da ciência social americana, também ecoou nas pedras adicionadas à terceira edição. Além de uma identificação atrasada da pesquisa de usos-e-gratificações na novela radiofônica (Herzog, 1944), a adição foi “um estudo relativamente obscuro dos fazendeiros de milho de Iowa e do modo como eles adotaram um novo tipo de semente,” cujo argumento levou a “uma teoria da adoção e inovação” (p. XIII). Considerando que esse último estudo deve ser citado por conter origens da inovação teórica e metodológica, o argumento relembra, quando visto no grande quadro das últimas décadas, a denúncia de Jeremy Tunstall, feita trinta anos atrás, de que “muitos estudos americanos são sobre os hábitos de leitura de revistas de cinquenta criadores de suínos em Iowa” (Tunstall, 1970, p. 32). Uma revisão da pesquisa de audiência, usando as terminologias sobre “pedras” e “abertura de caminhos” e atualizada de 1983 a 1995 – que necessita de cuidados quanto a qualquer uma dessas terminologias, como, por exemplo, *The ‘nationwide’ audience* (Morley, 1980), *Reading the romance* (Radway, 1984), ou *Os usos sociais da televisão* (Lull, 1980), não está no ápice, mas fora dele.

Se as obras que utilizam a terminologia “pedra” são sintomas de um fundamentalismo metodológico persistente no seu (agora denominado propriamente) paradigma dominante (cf. também

Gitlin, 1978), um igualmente estabelecido tipo de limitação foi produzido pelo relativismo teórico que tem sido muito difundido na outra principal subcultura da pesquisa de mídia e comunicação. Uma posição representativa dos estudos de audiência é a reportagem *Desperately seeking the audience* (1981), de Ien Ang (cf. Jensen, 1991a). Como a maioria dos estudos culturais tradicionais, Ang coloca-se na linha de Michel Foucault. Seu estudo seminal é freqüentemente construído para inferir que a maioria das produções do conhecimento científico é um ato de violência social e, de acordo com isso, o propósito da pesquisa crítica deve ser mostrar que o conhecimento, como entendido comumente, é literalmente impossível, destruindo no processo qualquer outra posição que ouse saber algo específico. Essa política da pesquisa normalmente envolve uma condenação moral daqueles que exercem poder sobre os outros por dizer que sabem algo específico sobre eles. Ang queria resgatar os telespectadores dos medidores de audiência, uma nova “tecnologia da observação” em 1991, que ela queria recolocar pela etnografia, porque

a “audiência da televisão” é uma categoria (...) para a qual existe somente a série de situações dispersas, indefinidamente proliferadas, em que a audiência da televisão é experimentada – junto com a construção difusa e fragmentada do mundo social das audiências atuais (Ang, 1991, p. 164).

Longe da oferta prometida do tipo de compreensão “concreta” das audiências “atuais”, esta posição tende a produzir um tipo diferente de reificação do paradigma dominante, desta vez através da abstração. Meaghan Morris (1990) aguçou uma retórica própria que se orgulha de sua própria reflexividade: “As pessoas nas modernas sociedades midiáticas são complexas e contraditórias; conseqüentemente, usando os mídias, elas produzem uma cultura complexa e contraditória” (p. 24/25).

A menos que os pesquisadores críticos estejam dispostos a se submeter até mesmo cientificamente à violência virtual como eles realmente a categorizam e interpretam, o provável resultado é uma “etnografia sem fim”, na qual o mapa é tão amplo quanto o território – uma forma de pesquisa que tem

sido incapaz de libertar-se do seu confinamento social para contrariar a violência da vida real.

Meus dois primeiros exemplos, identificando o perigo da dualidade da pesquisa básica – fundamentalismo metodológico e relativismo teórico – foram desenhados de outra sabedoria europeia e americana que estabeleceu, para uma grande extensão, a agenda para a pesquisa sobre mídia e comunicação nos países nórdicos. Além da tentativa de pensar globalmente nesses estudos básicos, a comunidade nórdica de pesquisa também agiu localmente em seus estudos aplicados.

Seis anos atrás, a referida comunidade teve outra oportunidade, o vigésimo aniversário das conferências nórdicas, para fazer um apanhado sobre o campo através dos olhos de jovens pesquisadores em colóquio com pesquisadores com experiência no campo desde 1973. Uma das mais notáveis contribuições foi o relato pessoal de Frands Mortensen (1994) sobre seu itinerário como um intelectual clássico que confia na revolução, em parte através da pesquisa sobre mídia, para ser um defensor pragmático do serviço público de mídia como a última trincheira do confinamento social. Fora o fato de ser uma intervenção clara e corajosa, esse artigo será uma fonte valiosa quando a recente história do campo nos países nórdicos for reescrita, esperamos, antes que seja tarde. As últimas linhas do artigo, contudo, seriam uma repetição da história. Tendo traçado um retrato teórico e político dos estudos críticos da década de 1970, Mortensen então transformou sua própria defensiva para uma ofensiva contra outros, especialmente pesquisadores mais jovens na mesma conferência, perguntando: “Qual é o seu projeto?” (p. 48, tradução minha). Minha própria resposta, na época como agora, é que eu não tenho um projeto, e eu não acho que eu deva ter um, mas vários projetos, dependendo de para onde minha pesquisa me orienta e de como ela deve orientar a um dado contexto histórico e social. No meu ponto de vista, o senso de retrocesso intelectual e político diminui, em grande parte, pela conjectura do momento, agora admitida por Mortensen e outros, sobre que diferença prática a pesquisa crítica deve fazer. Eu gostaria, adicionalmente, que os

procedimentos da pesquisa tivessem um isolamento de estilo para evitar falta de cautela no futuro. Embora eu concorde inteiramente com Frands Mortensen quanto ao valor do serviço público no atual desenvolvimento cultural e também acredite que ele possa oferecer evidências de efeito para minha própria pesquisa, eu não vejo por que ele deveria se tornar o projeto. A história deve provar a Mortensen novamente que ele está errado. Até mesmo se o propósito da pesquisa se modificar, mais propriamente do que descrever o mundo, o que distingue a pesquisa como uma prática reflexiva sobre a prática política é que ela permite a seus praticantes examinarem inúmeras hipóteses e, caso estas estejam erradas, não os levarem a uma posição trágica, pessoal e profissionalmente. Duas hipóteses contestadas devem, definitivamente, fazer mais pela sociedade que uma boa causa.

Ao lado do ativismo crítico, a pesquisa pode esperar fazer uma diferença social institucionalizando seus esforços sobre assuntos especiais. Um exemplo recente desses esforços é a International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, financiada pela Unesco e pelo governo sueco, organizada pela Nordicom e localizada na Universidade de Gothenburg. As premissas implícitas da organização parecem ser que o impacto das representações de violência da mídia nas crianças dificilmente poderia ser algo positivo e, mais aprofundadamente, esta pesquisa pode documentar e deveria ir contra tal impacto adverso. Nas palavras de sua diretora, Ulla Carlsson, a Clearinghouse informará vários grupos usuários sobre as “medidas e atividades que limitariam a violência gratuita na mídia” (Carlsson, 1998, p. 10), entendendo-se por “gratuito” tudo o que a palavra significar. Apesar dos cuidados retóricos deste relatório, a Clearinghouse, que incita debates e pesquisas, dentro da referência liberal sobre o impacto da mídia, não menos nas crianças, que no passado público, repetidamente aumentou o pânico moral (Cohen S., 1972). Além disso, a Clearinghouse constitui uma iniciativa marcada pelo papel original da Nordicom na documentação e disseminação da pesquisa sobre mídia e, mais recentemente, da estatística da mídia – uma posição que tem merecidamente an-

gariado respeito internacional e que pode agora beneficiar a Clearinghouse. Para mim, a mudança promove dois interesses. Primeiro, as descobertas são complicadas e misturadas, alguns setenta anos de pesquisa não têm, no meu ponto de vista, documentado mais que efeitos marginais da violência da mídia nas opiniões e no comportamentos das audiências, quando tudo já está dito e feito. Segundo, uma premissa mais aprofundada de muitos trabalhos nessa área é que o impacto da violência da mídia em crianças deveria ser evitado a qualquer custo. Em contraste, acho necessário declarar que um impacto negativo severo, talvez até a morte, num determinado número de crianças deve ter um preço, a ser pago pela mídia e também por outras tecnologias modernas, oprimindo os benefícios em muitos parâmetros. Um paralelo com o século XX é o automóvel, cujo efeito está longe de ser marginal e documentado de forma inequívoca. O fato de que os carros matam centenas de pessoas nas estradas nórdicas todo ano é aceito na prática como um preço da vida moderna. Meu objetivo não é ser cínico quanto ao sofrimento humano, seja em estradas públicas ou em lares privados, mas sugerir outros perigos ao fingir que, se mais pesquisas estivessem disponíveis, políticos e cidadãos saberiam que prioridades e valores de julgamento fazer nesta área.

Sob outra perspectiva, então, a Clearinghouse atinge um modo de pensar bem localizado, assim como o projeto único de ativismo crítico constituiu uma tentativa errada para agir globalmente. Como o provincialismo teórico da “pedra” e da “etnografia sem fim”, esses provincialismos políticos provavelmente não vão, na minha opinião, levar a pesquisa sobre mídia e comunicação a nenhum ápice.

Onde está a abertura de fronteiras?

Se alguém pode concordar que a pesquisa sobre mídia e comunicação é agora uma disciplina de facto ou, pelo menos, um campo estabelecido, quero argumentar, nesta segunda parte, que a abertura de caminhos não está localizada em nenhum debate teórico específico, nem na pesquisa socialmente oficializada,

como aceita tradicionalmente. Antes, a abertura de caminhos pode ser encontrada na interface do campo com outras disciplinas e departamentos e outras instituições sociais fora da academia. Minhas premissas para este argumento estão novamente em um breve resumo, como segue. O campo desenhou uma variedade de fontes das Ciências Sociais, bem como das Ciências Humanas, a fim de descrever, interpretar e explicar as principais formas culturais do século XX. De fato, a pesquisa sobre mídia e comunicação pode ser tomada como um caso característico de como os estudiosos do século XX se tornaram freqüentemente “interdisciplinares”, como a terminologia diz, para serem capazes de avaliar novas realidades sociais. A esse respeito, pelo menos, toda pesquisa é aplicada e é por si só uma forma de ação social que retroage na mídia e na sociedade, o que Giddens (1984) chamou de a dupla hermenêutica. Mídia refere-se a veículos hermenêuticos, que eu tenho chamado instituições-para-pensar-com (Jensen,1991b), paralelamente à noção de Claude Lévy-Strauss (1962/1991) de objetos-para-pensar-com na antropologia. Universidades e outras entidades de pesquisa são em segunda ordem instituições-para-pensar-com, habilitando a reflexividade sobre a natureza e o propósito da mídia, entre outros sujeitos. O que distingue a atual conjuntura histórica como um caso particular de modernização é o papel intensificado da “informação” e da “comunicação” com o propósito de imaginar novas realidades, tanto na produção material quanto na política e cultura (Harvey, 1989). É nessa conjuntura que a pesquisa sobre mídia e comunicação assume uma nova posição, dentro e fora da academia, posição esta cujo potencial tem sido descoberto, sistematizado, na literatura publicada, exceto talvez com referência a “suas” palavras sussurradas.

Na consolidação do campo ainda por vir, os assuntos tradicionais da qualidade científica clássica e da relevância social, como aquelas enunciadas por meus quatro protótipos, certamente relembram itens importantes na agenda da pesquisa, para ser debatidos como uma questão de continuidade. Minha breve análise dos exemplos foi designada a identificar alguns obstáculos para a

consolidação, que resulta de uma insuficiente medida de, em uma palavra, profissionalismo. Com respeito à qualidade científica, a posição de “pedra” aparentemente relembra de propósito a ignorância de alternativas teóricas publicadas que não se encaixam a determinadas matrizes metodológicas. Dessa vez, a posição da “etnografia sem fim” prescinde de claridade conceitual e rigor metodológico para a extensão de que o relativismo teórico se torna a conclusão lógica: “você pode ter sua teoria e eu terei a minha” ou, pior, “vamos cada um contar sua história complexa e contraditória”. A respeito da relevância social, a vanguarda crítica da década de 1970 foi perdoada, em parte, por sua limitada experiência profissional, mas a recusa a incorporar lições passadas à estratégia da pesquisa atual conduz as testemunhas a uma subordinação do profissionalismo como uma exigência do global ao local, confinamentos provincianos, como faz a implicação da Unesco Clearinghouse, cuja pesquisa sobre a violência da mídia com as crianças está continuamente fazendo avanços significativos com conseqüências concretas para a política.

A oportunidade para a pesquisa sobre mídia e comunicação, sou obrigado a concordar, é construir, sobre o passado, o progresso teórico e metodológico, assim como o campo começa a questionar as linhas atuais da disciplina no estudo generalizado da comunicação e cultura. Ao passo que, calculo, alguns colegas vêm a idéia do progresso científico como uma expressão do poder discursivo, eu acredito que o campo tem avançado, não apenas institucionalmente, mas substancial e profissionalmente. Para exemplificar a situação do campo (cf. Jensen, no prelo), a partir da década de 1950, as metodologias examinadas apresentaram hipóteses sobre efeitos massivos e diretos da mídia em opiniões a serem medidas; a partir da década de 1960, a teoria cultural expandiu a noção de que “textos” e “formas culturais” podem legitimamente ser estudadas; a partir da década de 1980, estudos quantitativos de recepção redefiniram o papel da análise textual como uma fonte de hipóteses a ser testadas empiricamente; e, na década de 1990, estudos cognitivos sobre filmes e outros meios começaram a minar a fortaleza das metá-

foras psicanalíticas nos estudos de audiência como corpos na gordura (Lakoff & Johnson, 1999).

O tempo deve estar certo em traduzir essas contribuições em uma reconfiguração da academia. A pesquisa sobre mídia e comunicação aumenta seu caminho com uma variedade de subespecialidades humanísticas e científico-sociais, não apenas por causa do que de Sola Pool (1983) referiu como fatores internos e externos, respectivamente, mas também porque o campo teve um desenvolvimento tardio e, talvez, um início tardio. A conclusão natural para o entendimento dramaticamente revisado, desde a década de 1960, do fenômeno da cultura e comunicação, entre disciplinas da teoria literária e da lingüística à sociologia, antropologia e geografia, para mim, é a revisão do quadro institucional. De acordo com isso, a pesquisa em mídia e comunicação não deveria se tornar nem uma disciplina, nem um campo, nem um departamento, mas uma faculdade com certo número de departamentos e outros componentes. Prevejo muita oposição a qualquer projeto, por razões financeiras, intelectuais, bem como biográficas, certamente em outros departamentos, mas também entre burocratas e dentro do próprio campo. A favor da realização deste plano conta não só a história que tracei sumariamente, mas também um contexto social no qual a instituição política e a maioria da população tendem a ver a cultura e a comunicação através de conceitos e termos deste campo. Entre os benefícios de uma Faculdade de Mídia, Comunicação e Cultura poderia estar uma aproximação mais completa e modernizada ao estudo das culturas humanas, um treinamento mais diferenciado de uma profissão em expansão e uma reconsideração de que formas de cultura e comunicação deveriam ser preservadas para o futuro em museus e arquivos. A divisa do campo, em suma, são suas fronteiras com outros campos e instituições, que estão prontas para serem movidas.

Conclusão

Em 1993, o *Journal of Communication* novamente tocou no tema “O futuro do campo”, dez anos após a edição de “Fermen-

to no campo”. Por coincidência, todos os três palestrantes dessa sessão plenária estavam entre os colaboradores das duas edições para continuar o debate sobre campos e disciplinas, qualidade científica e relevância social (Jensen, 1993; Livingstone, 1993; Newcomb, 1993). Presumo que será feito um apanhado novamente em 2003, com ou sem a participação deste painel, e todas as minhas melhores suposições são de que a Faculdade de Mídia, Comunicação e Cultura ainda não terá se estabelecido em 2003. Todavia, meu prognóstico é que, a longo prazo, ela pode se materializar. Comparada com o contexto americano de diferente tendência, onde o direcionamento tem sido de duas disciplinas separadas das comunicações interpessoais e de massa (Rogers, 1999), o contexto nórdico de pesquisa sobre mídia é menor e mais homogêneo. Além disso, a Europa e os Estados Unidos oferecem exemplos de “escolas de comunicação” com departamentos componentes e seções, mesmo que eu saiba não existir nenhuma reconfiguração na escala imaginada aqui. Além disso, aqueles que participaram das conferências anteriores desta companhia e da IAMCR (International Association for Media and Communication Research) lembram-se de que a referência costumava ser “pesquisa em comunicação massiva”. Agora, no contexto nórdico, começando com essa conferência, nós nos referimos à “pesquisa sobre mídia e comunicação”. Como nos lembrou Raymond Williams (1983), as mudanças em tais palavras-chave são indício de mudanças maiores da prática. Um pano de fundo para a nova terminologia tem sido a chegada do computador como um intermediário entre a comunicação interpessoal e massiva, como um metamídia integrando mídias anteriores numa única plataforma. Outro pano de fundo da queda da terminologia “massa”, paradoxalmente, tem sido a consolidação da pesquisa nos meios (de massa) como um campo distinto que, como já observado, começou a se sobrepor ao estudo da cultura e comunicação como disciplinas estabelecidas.

Finalmente, parece apropriado dar crédito à música que acompanhou a primeira fase da pesquisa sobre mídia e comunicação. Apesar do fato de que ela lembra um dos aspectos

menos pesquisados da mídia, o rock'n'roll tem, arduamente, inspirado novas idéias sobre cultura e comunicação também entre as primeiras gerações de pesquisadores de mídia e comunicação. Leonard Cohen (1988) comentou, há mais de dez anos:

Eles me condenaram a vinte anos de tédio
por ter tentado mudar o sistema de dentro.
Eu vou agora
Eu vou recompensá-los.
Primeiro nós conquistamos Manhattan,
daí nós conquistamos Berlim.

Primeiro nós conquistamos um Departamento e então a Faculdade. Vamos “conquistar Berlim”.

Referências bibliográficas

- ANG, I. *Desperately seeking the audience*. London: Routledge, 1991.
- CARLSSON, U. Foreword. In: CARLSSON, U. & VON FEILITZEN, C. (Eds.). *Children and media violence*. Gothenburg, Sweden: The Unesco International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, 1998.
- COHEN, L. *First we take Manhattan. I'm your man*. CBS 460642 2, 1988.
- COHEN, S. *Folk devils and moral panics: the creation of mods and rockers*. London: MacGibbon and Kee, 1972.
- DE SOLA POOL, I. *What ferment? A challenge for empirical research*. *Journal of Communication*, a. 33, n. 3, 1983.
- GIDDENS, A. *The constitution of society*. Berkeley: University of California Press, 1984.
- GITLIN, T. 1978. *Media sociology: the dominant paradigm*. *Theory and Society*, n. 6.
- HARVEY, D. *The condition of postmodernity*. Oxford: Brasil Blackwell, 1989.
- HERZOG, H. *What do we really know about daytime serial listeners?* In: STANTON, P.F. (Ed.). *Radio research – 1942-1943*. New York: Duell, Sloan and Pearce, 1944.
- JENSEN, K. B. *An unruly lot: review of desperately seeking the audience*, by Ang. *Journal of Communication*, n. 141, 1991a..
- _____. *When is meaning? Communication theory, pragmatism and mass media reception*. In: ANDERSON, J. (Ed.). *Communication Yearbook*. Newbury Park, CA: Sage, n. 14, 1991b.

- _____. 1993. The past in the future: problems and potentials of historical reception studies. *Journal of Communication*, a. 43, n. 4.
- _____. The social semiotics of mass communication. London: Sage, 1995.
- _____. The empire's last stand: reply to Rosengren. *European Journal of Communication*, a. 11, n. 2, 1996.
- JENSEN, K. B. (Ed.). A handbook of media and communication research: qualitative and quantitative methodologies. London: Routledge, [s. d.].
- LAKOFF, G. & JOHNSON, M. Philosophy in the flesh: the embodied mind and its challenge to western thought. New York: Basic Books, 1999.
- LÉVI-STRAUSS, C. Totemism. London: Merlin Press, 1991. [Orig. publ. 1962].
- LIVINGSTONE, S. The rise and fall of audience research: an old story with a new ending. *Journal of Communication*, a. 43, n. 4, 1993.
- LOWERY, S. & DeFLEUR, M (Eds.). Milestones in mass communication research: media effects. New York: Longman, 1983. [2a. ed., 1988]. [3a. ed., 1995].
- LULL, J. The social uses of television. *Human Communication Research*, n. 6, 1980.
- MCCOMBS, M. & SHAW, D. L. The agenda-setting functions of mass media. *Public Opinion Quarterly*, n. 36, 1972.
- MORLEY, D. The "nationwide" audience. London: British Film Institute, 1980.
- MORRIS, M. Banality in cultural studies. In: MELLENCAMP, P. (Ed.). *Logics of television*. Bloomington: Indiana University Press, 1990.
- MORTENSEN, F. 1994. Ideologikritik og marxisme: hvor er medieforskningens kritiske perspektiv fra 70erne blevet af? [Critique of ideology and marxism: where did the critical perspective of media research during the 1970s go?]. *Nordicom-Information*, n.1-2, 1994.
- NMH - National Institute of Mental Health. *Television and behavior*. v. 1-2. Washington, D.C.: Government Printing Office, 1982.
- NEWCOMB, H. 1993. Target practice: a batesonian "field" guide for communication studies. *Journal of Communication*, a. 43, p. 3.
- RADWAY, J. *Reading the romance: women, patriarchy, and popular literature*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984.
- ROGERS, E. M. Anatomy of two disciplines of communication study. *Human Communication Research*, a. 25, n. 4, 1999.
- ROSENGREN, K. E. Review of the social semiotics of mass communication, by Jensen. *European Journal of Communication*, a. 11, n.1, 1996.
- SNOW, C. P. *The two cultures and a second look*. Cambridge: Cambridge University Press, 1964.
- TUNSTALL, J. 1970. Introduction. In: *Media sociology*. London: Constable, 1970.
- WILLIAMS, R. *Keywords*. London: Fontana, 1983.