
Recensão

Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas

Cognitive Effects of Mass Communication

de Enric Saperas (1987), Porto: Ed. Asa.

Carmen Diego Gonçalves

Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra

cdiego@ces.uc.pt

Nas sociedades actuais, onde os meios de comunicação de massas têm um papel fulcral - não só no que diz respeito ao entretenimento, como também, e principalmente, no que diz respeito à transmissão de conhecimento e estruturação de representações individuais e sociais (elas próprias uma forma de conhecimento) e disseminação de valores sociais e culturais -, assistimos à reapreciação da dimensão cognitiva da actividade pública dos meios de comunicação de massas e da sua influência nos sistemas de disposições individuais e colectivos. Ora, neste sentido, e, muito embora tratando-se de uma “obra datada”, valerá a pena visitar “Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas”, de Enric Saperas, pela pertinência e actualidade do seu conteúdo.

A obra, enquadrada num modelo de síntese descritiva, permite-nos, contudo, identificar a tese do autor - a revalorização da dimensão cognitiva da actividade pública dos meios de comunicação de massas nas sociedades actuais e da questão da distribuição da informação no sistema social; tendo, por sua vez, subjacente diversas perspectivas teóricas e metodológicas, no âmbito do estudo da diversidade dos efeitos cognitivos dos meios de comunicação de massas, procurando, contudo, ir mais além do que foram as análises centradas apenas em relações directas de causa e efeito, em torno da propaganda e manipulação, da persuasão, ou da influência e sedução das massas.

Tornando visível o retorno do clássico na ilustração do presente, Saperas dá-nos conta da evolução das “novas” modalidades de análise, no âmbito dos estudos sobre a comunicação de massas, cuja tendência remete, agora, para a necessidade de um progressivo inter-relacionamento de perspectivas que permitam compreender os efeitos da comunicação de massas. Desde a Teoria Hipodérmica, ao Modelo de Lasswell e superação da referida Teoria - atenuando-se, assim, a inevitabilidade dos efeitos dos meios de comunicação de massas -, a obra em questão parece-nos mais sugestiva numa visão dos efeitos enquanto influência “indirecta” exercida sobre a formação da percepção, numa perspectiva de inter-relacionamento do meio com as várias instituições sociais denotando, portanto, uma profunda renovação na sua descrição e compreensão.

Assim, é-nos dada a conhecer a progressiva tendência para a convergência de três modalidades de análise: “a análise do papel dos efeitos dos meios de comunicação de massas, a análise da função social da profissão jornalística e a análise dos mecanismos de formação e desenvolvimento da opinião pública”; denotando, por sua vez, uma outra forma de interpretar o que se refere à análise dos efeitos que, na linha de “uma progressiva superação” (da Teoria Hipodérmica), tem vindo a ultrapassar não só uma análise descontextualizada resultante da aplicação de metodologias exclusivamente de ordem média, como também uma análise exclusivamente dependente da dimensão comportamental das audiências.

Revalorizando, de alguma forma, e ainda que numa perspectiva de análise diferente, o que já havia sido indicado por alguns dos primeiros investigadores da comunicação, nos Estados Unidos, ou mesmo em algumas tradições clássicas da investigação comunicativa de carácter marxista, tal como se poderá constatar nos estudos levados a efeito pela Escola de Frankfurt – “em torno dos fenómenos da alienação, massificação e homogeneização dos valores sociais e culturais, e da formação do espaço público como resultado da actualização do princípio da publicidade surgido das revoluções burguesas” (Saperas: 19-20), esta nova perspectiva de abordagem que, no nosso entender, sem deixar de manifestar um carácter funcional parece, contudo, aproximar-se mais de uma análise sistémica, coincide com ‘manifestações tão diversas do pensamento sociológico como a teoria da “Agenda-Setting Function”, encabeçada por Maxwell E. Mc Combs, a “Gap Hypothesis” de C.N. Olien, G.A. Donohue e P.T. Tichenor, ou a “Tematização” originada por Niklas Luhmann nos seus estudos em torno da *Offentliche Meinung* e desenvolvida por investigadores como Franco Rositi, Carlo Marletti, Giorgio Grossi ou F.

Bockelmann'. E, de facto, em todas aquelas formas de abordagem à investigação comunicativa existe um denominador comum remetendo sempre para os efeitos cognitivos.

Tendo surgido do estudo dos efeitos resultantes da capacidade simbólica para estruturar a opinião pública e da comunicação política, as investigações em torno da “Agenda–Setting Function” e da “Tematização” longe de se centrarem no campo da persuasão massiva orientaram-se para o papel da comunicação de massas no desenvolvimento de cognições, simbolicamente expressas pelos media, com base na presença pública de determinadas informações; tendo em conta que a capacidade dos media para determinarem a atenção pública e o grau de discriminação selectiva dos diversos tópicos expressos estará directamente relacionada com a sua capacidade selectivamente funcional para fixar os temas de interesse e o seu grau de surgimento nos media. Por sua vez, no âmbito da “Gap Hypothesis”, os estudos partem da constatação de que os diversos sectores socioeconómicos dispõem de diferentes capacidades comunicativas (capacidades relativas ao uso dos media e à compreensão dos conhecimentos oferecidos), bem como de que esses sectores acedem à aquisição de formas de conhecimento segundo diferentes intensidades, função das reais diferenças entre os diversos estratos socioeconómicos. A opinião pública já não corresponderá a todo o sistema social, mas fundamentalmente ao sistema político, sistema parcial, através de uma comunicação pública manifestadas por uma selecção contingente de temas.

Também o estudo das notícias enquanto construção social da realidade surgiu num âmbito teórico alheio à investigação comunicativa; tendo tido a sua origem na sociologia fenomenológica criada por Alfred Schutz, nas décadas de 40 e 50, do século passado, e posteriormente desenvolvida por Peter Berger e Thomas Luckman, na sua vertente etnometodológica. Schutz reivindicava o estudo da subjectividade do actor social para a construção da realidade; sendo nesse sentido que Saperas afirma que a intersubjectividade, génese do sentido comum dos actos sociais, exige, na sociedade contemporânea, o reconhecimento da acção dos media. Ora, neste âmbito, estamos perante um dos efeitos cognitivos mais relevantes da acção dos meios de comunicação de massas, já que a construção social da realidade é o resultado de uma prática contínua, realizada por “profissionais especializados na supervisão do meio”, nas palavras de Saperas, na medida em que é intersubjectivamente partilhado através da prática informativa. Neste caso, e ao contrário dos estudo sobre os efeitos cognitivos anteriormente referidos, estamos perante um tipo de investigação que ultrapassa a esfera da

comunicação política ou da conflitualidade social, orientando-se antes para o conhecimento da acção geral dos media e dos seus profissionais sobre o ambiente social.

Na obra de Saperas, as várias experiências descritas no âmbito dos efeitos, dando conta dos aspectos específicos de cada uma, devem ser integradas no âmbito da evolução da própria pesquisa nesta área, todas elas contribuindo, consoante a sua especificidade e localização no seu quadro social de produção, para o estudo dos efeitos vistos enquanto fenómeno multi-variado. Neste sentido, quando fala em “efeito” da comunicação de massas remete para um conjunto de consequências que resultam da actividade das instituições que emitem informação, pressupondo que os efeitos, enquanto consequência da actividade comunicativa são a finalização do processo de comunicação, isto é, ao se considerarem os efeitos há ter em conta não só a produção como também a transmissão das mensagens, cujo conteúdo é estrategicamente orientado. Em suma, os efeitos cognitivos resultam da transmissão de uma informação que mais não é do que o conteúdo de uma mensagem com capacidade para desencadear uma acção.

Este novo olhar sobre os efeitos cognitivos da comunicação de massas, com impacto aos níveis teórico e metodológico remete, enfim, para um conjunto de consequências resultantes da acção comunicativa, pública e institucional, com incidência nas formas do conhecimento quotidiano. Isto é, nos saberes publicamente partilhados, condicionando as representações sobre o que se considera como real, através da influência que exercem no modo como os indivíduos percebem e organizam o seu conhecimento sobre o seu meio mais imediato e o mundo, e como e porque orientam a sua atenção para determinados temas, bem como a sua própria capacidade discriminativa no que concerne ao conteúdo da comunicação de massas. E, é neste âmbito que se poderá falar, também, da notícia como “uma das formas mais elementares de conhecimento”, porque, e segundo os resultados dos estudos efectuados neste domínio do conhecimento, as notícias são socialmente funcionais na medida em que orientam (de determinada forma) os actores sociais e a opinião pública para com o seu mundo próximo e a realidade determinando ajustamentos que permitem progressivamente preservar a integração social dos indivíduos e a conservação da sociedade.

Assim, para a compreensão dos efeitos não basta o modelo, considerado linear de Lasswell, assim como não basta considerar o “médium” como elemento definidor dos resultados do processo de comunicação, segundo a óptica de McLuhan, nem tão pouco dar enfoque ao modelo psicodinâmico do

processo persuasivo a partir das diferenças individuais, ou mesmo considerar o modelo sócio-cultural desse processo com base nas diferenças categoriais e relações sociais, antes será preciso que se procure uma análise multivariada, interdisciplinar, no sentido de integradora, das várias perspectivas, para a análise do fenómeno comunicacional enquanto fenómeno social total e não apenas enquanto fenómeno massmediático. Ora, é neste sentido que consideramos que todas as perspectivas descritas por Saperas, no âmbito dos efeitos cognitivos da comunicação de massas, contribuem, todas elas, - cada uma dado enfoque a um aspecto específico e segundo uma orientação teórica específica – para que se possa ter uma ideia de alguns dos variados aspectos que ajudarão a equacionar, formular hipóteses, investigar e compreender melhor o fenómeno dos efeitos cognitivos da comunicação de massas, construindo, desconstruindo e reconstruindo os objectos de investigação. Por isso, a comunicação não pode deixar de estar relacionada com a cultura e o(s) conhecimento(s) – que dão sentido ao mundo, que moldam as percepções remetendo, em suma, para sistemas ideológicos e culturais que estão na base dos processos de conotação/denotação; codificação/descodificação.

Em suma, falar de “Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas”, de Saperas, é, necessariamente, remeter não só para a dimensão cognitiva dos meios de comunicação, como para as atitudes das audiências, bem como para os comportamentos derivados do impacto da comunicação de massas, nomeadamente na formação da opinião pública, isto é, para uma série de pontos de vista e de análise, em interacção, na medida em que os sistemas comunicativos têm sempre a ver com os sistemas culturais e com as estruturas sociais em que se produzem, consomem ou circulam. Desta proposta de complementaridade entre as várias abordagens sobre a teoria da comunicação de massas nas sociedades actuais, onde os sistemas, económico e político, parecem ser cada vez mais mediados pelo próprio sistema comunicativo - evidenciando-se a sua capacidade de produção e distribuição de informação (e conhecimento) no sistema social -, não deixa, no entanto, de ressaltar o enfoque para a “capacidade democrática” dos meios de comunicação de massas, enquanto instituição social, produtora e difusora de conhecimento, com capacidade para definir o que é considerado real.