



Revista FAMECOS: mídia, cultura e
tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio
Grande do Sul
Brasil

Braga, Adriana; Gastaldo, Édison

O legado de Chicago e os estudos de recepção, usos e consumos midiáticos
Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, núm. 39, agosto, 2009, pp. 78-84

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550195012>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe , Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

O legado de Chicago e os estudos de recepção, usos e consumos midiáticos*

RESUMO

Este artigo busca articular alguns temas e conceitos propostos no quadro teórico geral da chamada “Escola Sociológica de Chicago” ao campo de estudos da recepção, dos usos e consumo midiáticos. Tradicionalmente considerada uma vertente do pensamento sociológico, a teoria da Escola de Chicago tem sido retomada por alguns/as pesquisadores/as da área pela grande pertinência para o estudo de fenômenos da comunicação, tanto em situações face a face quanto em interações comunicativas mediadas. A partir de uma releitura de textos clássicos desta escola de pensamento, nomeadamente os de William I. Thomas, George Herbert Mead e Herbert Blumer, são apontadas neste texto perspectivas teórico-metodológicas para o estudo de fenômenos comunicacionais contemporâneos.

PALAVRAS-CHAVE

Escola de Chicago
interacionismo simbólico
usos e consumo midiáticos

ABSTRACT

This paper articulates some concepts of the theoretical framework of the so-called “Chicago School of Sociology” to the field of media consumption and reception studies. Usually taken as a school of sociological thought, Chicago theory has been recently used in communications research due to its pertinence on the study of face-to-face interactions and in media-based interactions. Through a review of some classical works of this perspective, namely those of William I. Thomas, George Herbert Mead and Herbert Blumer, this paper points out some theoretical and methodological insights relevant to the study of contemporary communicational phenomena.

KEY WORDS

Chicago School
symbolic interactionism
media consumption and reception

Adriana Braga

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio/RJ/BR
adrianabraga1@yahoo.com.br

Édison Gastaldo

Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UNISINOS/RS/BR
bragastaldo@terra.com.br.

Tradicionalmente, a produção teórica da chamada “Escola de Chicago” tem sido considerada uma vertente disciplinarmente ligada à sociologia norte-americana. Seus traços mais distintivos, neste sentido, seriam a ênfase metodológica na pesquisa empírica – etnográfica, em particular –, o foco na análise de situações sociais (também chamada de “microssociologia”) e a exploração do fenômeno urbano como campo de pesquisa preferencial. Teoricamente, a perspectiva de Chicago fundamenta-se no chamado “pragmatismo norte-americano” do final do século XIX, notadamente na filosofia de William James, George Herbert Mead e Charles S. Peirce, bem como na “sociologia formal” de Georg Simmel, ou seja, um campo teórico multidisciplinar desde suas origens. Sem negar a importância e a pertinência da Escola de Chicago para o pensamento sociológico contemporâneo, este artigo busca ressaltar, entre as várias aplicações desta perspectiva teórico-metodológica, a análise de situações de uso e consumo midiáticos, a partir de textos clássicos desta escola. Após uma releitura das origens e principais fundamentos do pensamento de Chicago, discutiremos a noção de “definição da situação” de William Thomas, a perspectiva da interação simbólica de George H. Mead e o programa de estudos proposto por Herbert Blumer para os fenômenos midiáticos. Esperamos com este artigo salientar a importância deste legado teórico e metodológico das ciências sociais para o campo dos estudos de recepção, usos e consumo midiáticos contemporâneos.

A tradição de Chicago

A Universidade de Chicago foi fundada no final do século XIX, a partir da iniciativa do milionário John Rockefeller, que queria desenvolver no meio-oeste americano uma universidade que não ficasse atrás das tradicionais instituições da costa leste. Para tal empreendimento, contratou o filósofo Albion Small, que daria início a uma das principais vertentes do pensamento sociológico contemporâneo. O Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago nasceu junto com a própria universidade, em 1890. Sua estrutura acadêmica era diferenciada com relação às tradicionais universidades americanas, que operavam em sistema de cátedra vitalícia, onde a vida intelectual de cada departamento gravitava em torno da figura de um catedrático. Em Chicago, havia uma grande interlocução entre os diferentes departamentos e, sem catedráticos, as bases para uma grande inovação teórica e metodológica no pensamento social – fundamentadas justamente no trânsito interdisciplinar – estavam lançadas¹.

Pela sua própria natureza de empreendimento científico,

fico coletivo, é difícil atribuir à Escola de Chicago um “pai fundador”, embora possamos apontar alguns de seus principais mentores e suas respectivas contribuições. O fundamento epistemológico principal desta escola reside no chamado “pragmatismo norte-americano”, corrente da filosofia desenvolvida por William James a partir da obra de Charles Sanders Peirce². O pragmatismo tinha como premissa uma teoria do significado, segundo a qual uma “concepção” – o significado racional de uma expressão – consiste em seus efeitos sensíveis sobre a conduta da vida (Abbagnano, 1998). Esta premissa, aparentemente simples, que relaciona o saber à experiência concreta, implica uma profunda orientação relativista e empiricista, que daria em boa medida o caráter distintivo da perspectiva dessa escola.

Em 1914, o Departamento de Sociologia contratou um jovem jornalista, que havia passado vários anos estudando na Europa, chamado Robert Ezra Park. Em Berlim, Park havia assistido a palestras ministradas por um *Privatdozent*³ muito popular entre o grande público, mas pouco entre os acadêmicos, chamado Georg Simmel⁴. A “sociologia formal” proposta por Simmel buscava isolar, das situações da vida cotidiana, os elementos formais, estruturantes. Uma sociologia distinta das análises marxistas, weberianas ou durkheimianas. Cada uma a seu modo, todas as três principais teorias sociológicas pensaram a sociedade de um ponto de vista global, como um fenômeno amplo; Simmel partiu do ponto de vista do empiricamente observável, das situações da vida cotidiana, para a partir daí pensar a vida em sociedade e suas dinâmicas.

Tendo conhecido Simmel pessoalmente, Park obteve dele direitos de tradução e publicação de sua obra em inglês. Desta forma, a obra de Simmel, publicada pela *University of Chicago Press* por iniciativa de Park, faria da obra do filósofo alemão uma referência nas ciências sociais norte-americanas, e um dos fundamentos da teoria sociológica de Chicago.

Mesmo que tenhamos destacado vários pontos de convergência atribuídos a esta “escola”, é importante destacar que esta denominação foi feita *a posteriori*. No interior do próprio departamento, entre os anos 1920 e 1950, não havia o reconhecimento de que seus membros constituíam uma “Escola”. Howard S. Becker, um ilustre egresso do departamento nos anos 1940-50, em uma entrevista publicada no Brasil (Becker, 1977) critica o uso deste termo, na medida em que ele ocultaria os conflitos e as diferenças teóricas, metodológicas e pessoais, que eram bastante grandes entre os participantes envolvidos. Centrados em uma perspectiva naturalista, os estudos de Chicago foram pioneiros ao explorar etnograficamente os meandros de uma metrópole multicultural: a Chicago dos anos 1930. Época de Al Capone e da Lei Seca, uma cidade cercada por guetos de imigrantes das mais diferentes nacionalidades e idiomas, em um país devastado pela crise econômica de 1929. Neste período, foram publicados trabalhos clássicos de antropo-

logia urbana, como *Street Corner Society*, de William Foote White (1943)⁵, uma etnografia de um cortiço italiano ou *Black Metropolis*, de St.Clair Drake, Horace Cayton, William Wilson e Richard Wright (1945) sobre a formação e a vida cotidiana dos guetos negros de Chicago. O período em que o Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago dominou a cena acadêmica norte-americana (entre os anos 1920 e 1950) foi também o período em que surgiram e foram implementados os meios de comunicação de massa eletrônicos naquela sociedade: o rádio, nos anos 1920, e a televisão, a partir dos anos 1930. As profundas transformações ocorridas nos Estados Unidos ao longo do século XX e a participação das mídias eletrônicas neste processo foram percebidas e analisadas, ainda que inicialmente, por pesquisadores/as desta tradição. Mesmo quando não tratam diretamente de usos e consumos de mídia, a representação da sociedade como ação coletiva fornece um quadro teórico consistente para o estudo de fenômenos dessa natureza. A seguir, discutiremos a obra de três dos principais autores desta corrente e seus aportes teóricos ao estudo dos usos e consumo midiáticos.

William I. Thomas e a definição da situação

Em um texto de 1923, o sociólogo William Isaac Thomas cunhou um termo que se tornaria central na teoria de Chicago: a “definição da situação”. Naquele texto, Thomas a define da seguinte maneira: “Previamente a qualquer ato de conduta autodeterminado, existe sempre um estágio de exame e deliberação que podemos chamar de definição da situação” (Thomas, 1923, p.26).⁶

A noção de definição da situação é relativamente simples, mas descreve uma etapa fundamental da vida em sociedade: qualquer ação em sociedade é precedida por uma definição por parte de cada indivíduo envolvido, a partir da qual será escolhida uma linha de ação a ser seguida, entre as possibilidades disponíveis. A formulação clássica deste princípio seria conhecida como o “Teorema de Thomas”, de 1928: “Se as pessoas definem uma situação como real, ela será real nas suas consequências”.⁷

É importante desenvolvemos um pouco alguns desdobramentos deste princípio. Em primeiro lugar, evidenciando a perspectiva pragmaticista, a preocupação não está em definir a “natureza” ou “essência” das coisas, pouco importa que “as coisas” sejam ou não reais. Se elas forem definidas de maneira diferente, suas consequências serão bastante distintas. Um exemplo: se o Tribunal do Santo Ofício decidir (definir) que uma mulher é bruxa, ela queimar-se-á na fogueira, pouco importando o que ela seja ou não, ou mesmo se existe ou não a bruxaria. O mesmo se aplica a internos em um manicômio ou a detentos em uma penitenciária: a definição da situação é um processo fundamentalmente social, e, embora esteja ao alcance de qualquer sujeito, as diferentes definições propostas a uma mesma situação refletem as relações de poder entre os/as diferentes proponentes.

Todos/as podem e de fato definem suas situações cotidianas, mas algumas dessas definições são mais “fortes” do que outras, mais “legítimas”. E aqui, os meios de comunicação desempenham um papel fundamental na consolidação de pontos de vista dominantes, na legitimação de certas definições e na deslegitimação – ou em geral, silenciamento – de definições concorrentes, processo ideológico sobre o qual tanto já se escreveu.

Sem negar a importância da Escola de Chicago para o pensamento sociológico contemporâneo, este artigo busca ressaltar a análise de situações de uso e consumo midiáticos, a partir de textos clássicos desta escola.

Normalmente, ao se aplicar esta noção a fenômenos midiáticos, se considera somente a definição da situação proposta pelo discurso dos meios, sendo essas definições vistas como expressão da ideologia ou da hegemonia de grupos cujos interesses os meios representam. Não há um maior problema nisso, a não ser que explorar somente este aspecto deixa de lado uma parte fundamental do fenômeno. Os estudos de recepção, já há longas décadas, demonstraram o papel ativo exercido pelas audiências na interpretação dos conteúdos midiáticos. O que a noção de definição da situação possibilita interpretar é justamente o modo pelo qual, na situação de recepção, uso ou consumo das mídias, diferentes definições são negociadas pelos/as participantes da situação. Um exemplo lúdico: na pesquisa etnográfica que um dos autores realizou sobre recepção coletiva de futebol mediatisado (Gastaldo, 2005), ficou claro o desafio constante por parte dos torcedores à definição dos fatos do jogo pelos locutores e comentaristas, que são chamados de “burros”, “cegos”, “antas” e outros qualificativos menos publicáveis. A lógica da mídia – supostamente, a definidora legítima de todas as situações por excelência – é ridicularizada pela audiência quando se trata de definir o que acontece dentro de um campo de futebol. Outro trabalho que contrasta distintas definições de um mesmo fenômeno midiático é o de Rosane Prado (1998) que, entrevistando mulheres de uma pequena cidade do interior paulista sobre personagens femininas de novela, resgata um painel complexo e por vezes contraditório de sentidos atribuídos a cada personagem pelas entrevistadas.

Um dos autores ligados ao grupo de Chicago que melhor desenvolveu a noção de William Thomas foi Erving Goffman⁸. Desde seu primeiro livro, *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*, de 1959, Goffman (1998) mostra-se bastante concentrado no modo pelo qual a resultante deste mosaico de definições de cada situação compõe o quadro mais amplo da vida em uma sociedade, e o quanto cada sujeito que nela vive depende, para suas atividades cotidianas, de definir adequadamente o que está acontecendo. No estudo de práticas de uso e consumo de mídia, um ponto importante para observação parece ser justamente a dinâmica da “apresentação do *self*” de cada participante na situação de interação, uma vez que essas práticas são mediadas por definições – amplamente negociadas – acerca do que é “certo”, “bom” ou “in”, conforme o circuito interacional em questão.

George Herbert Mead e a interação comunicativa

George Herbert Mead é um dos maiores nomes da filosofia norte-americana, fundador do Pragmatismo ao lado de Charles Sanders Peirce, William James e John Dewey. Publicou numerosos artigos durante sua vida, além de publicações póstumas, influenciando fortemente a teoria social do século XX. Suas teorias sobre mente e *self* forneceram as bases para o desenvolvimento do interacionismo simbólico. Além disso, o autor contribuiu de modo significativo para a filosofia da natureza, da ciência, antropologia filosófica, e filosofia da história, considerado por muitos/as estudiosos/as como um filósofo de primeira grandeza.

Em 1892, Mead recebeu um cargo administrativo na recém criada Universidade de Chicago, que se organizava em torno de três departamentos principais: estudos semíticos, literatura clássica e filosofia. A partir daí, o Pragmatismo Americano ganhou um novo centro na Universidade de Chicago. Nesta instituição, onde permaneceu até a sua morte em 1931, Mead estabeleceu-se e fez carreira, prestando importantes contribuições nas áreas da Psicologia Social e da Filosofia.

Vera França (2007) empreendeu uma releitura do clássico livro póstumo de Mead, *Mind, Self and Society* (1974[1934]), na tentativa de sistematizar as contribuições da vertente sociológica chamada Interacionismo Simbólico para o campo da comunicação. A autora destacou várias noções desenvolvidas por Mead nesta obra, ressaltando como ponto central de sua reflexão a relação entre experiência e condições de produção, o contexto que a viabiliza. Nesse sentido, a comunicação seria inseparável do ato social no qual participa na realização. A comunicação seria a mediação que viabiliza atividades cooperativas em uma sociedade.

A partir da distinção proposta por Mead entre gesto e gesto significativo, França defende a especificidade do objeto comunicacional. Objetos de toda ordem estão em constante interação. Entretanto, “nem toda interação é comunicativa” (França, 2007, p.8). A utilização de ges-

tos significativos, a presença da significação e da linguagem indicaria uma interação comunicativa, terreno de estudos da comunicação.

A obra mais famosa de Mead expressa no título os pontos centrais do modo como ele comprehende a atividade humana. Mente, *Self* e Sociedade figuram na sua teorização como diferentes perspectivas do ato social, sua unidade básica de análise. O autor diverge dos behavioristas, principalmente Watson, ao ultrapassar a equação estímulo-resposta dessa vertente, considerando a especificidade humana de atribuição de significado às coisas do mundo.

Para Mead, o ato, unidade completa de conduta humana, origina-se de um impulso que gera percepção, atribuição de sentido, ponderação dos/as participantes e um desfecho final, processo impossível de ser analisado a partir de apenas uma de suas partes. Estabelece-se aqui uma forte convergência com a perspectiva peculiar aos estudos de recepção e usos midiáticos, uma vez que a noção de sociedade de Mead pressupõe indivíduos conscientes, que ativamente interpretam o mundo em processos relacionais. É interessante, neste sentido, trazer como exemplo a pesquisa de uma das autoras deste artigo (Braga, 2008) sobre usos sociais da Internet entre um grupo de mulheres frequentadoras de um blog. Naquele estudo etnográfico, fundamentado na perspectiva da interação comunicativa, fica evidente o papel desempenhado pela interpretação de cada participante na dinâmica daquela interação coletiva. Não poucos conflitos, tensões e mal-entendidos foram devidos a compreensões distintas dos signos apresentados a partir da experiência pessoal de cada participante. O espaço da interação é definido pelo grupo como um “boteco”, local de sociabilidade, mas um “boteco” feito de discurso, construído por redes de interações comunicativas. Uma aplicação contemporânea de um princípio filosófico pragmatista.

Ao descrever o ato social como uma relação ternária ou triádica, Mead distingue o ato humano daqueles dos animais, fisiologicamente determinados, tornando-se por isso previsíveis e estáveis⁹. Na sociedade humana, entendida como ação coletiva, uma pessoa percebe as ações da outra ao mesmo tempo em que pode imaginar suas ações subsequentes de modo a responder de maneira adequada (na “arte” a que Goffman (1998) chama “genciamento da impressão”). Assim, a sociedade é entendida como uma série de interações cooperativas, apoiadas na utilização de símbolos, que possuem significados compartilhados pelos indivíduos. Para Mead, um gesto que possua significado compartilhado é um “símbolo significante” (Mead, 1974, p.327).

O fato de, através da consciência, poder colocar-se no lugar do outro, aponta para a noção do *Self*. Contemporâneo dos estudos de Freud sobre o psiquismo humano, Mead propõe a distinção entre “Eu” (*I*) e “Mim” (*Me*), na qual o primeiro seria o lado espontâneo, impulsivo e imprevisível do indivíduo enquanto o segundo seria o

“outro generalizado” (Mead, 1974, p.154), consciente dos papéis, comportamentos e valores compartilhados pelo grupo e socialmente aceitáveis, numa aproximação às noções fulcrais de “Id”, “Ego” e “Superego” de Freud (Mead, 1974, p.255).

A principal contribuição de Blumer consiste em sua sólida concepção metodológica da pesquisa em ciências sociais, fundamentada em dados empíricos com ênfase na coleta de dados em situação natural de ocorrência.

Esta divisão entre “Eu” e “Mim” permite a concepção de “Mente”, uma vida interior animada pela interação entre o indivíduo e ele mesmo. Somos capazes de sentir-mo-nos orgulhosos/as, felizes ou revoltados/as conosco mesmos, como se olhássemos de fora, do ponto de vista dos outros. A reflexão adia a ação enquanto o indivíduo interpreta e atribui sentido aos estímulos, visando prever possíveis desfechos, selecionar e tomar alternativas (Mead, 1974, p.26). Nesse sentido, o indivíduo passa a ser visto como agente ativo no mundo e não meramente reativo, na medida em que pode prever situações e adaptar-se ou preparar-se para elas.

Em Mead, o sujeito, com sua capacidade racional, utiliza gestos significativos, adota papéis sociais, vê-se como objeto da ação de si mesmo. Internalizadas as regras sociais, procura comportar-se de modo coerente. Reflexivamente, prepara-se para as interações sociais: simbólicas e comunicativas. A noção de sujeito compartilhada pelos estudos de recepção, plenamente teorizada.

Herbert Blumer: um programa para estudar a mídia

Herbert Blumer é um dos principais autores da Escola de Chicago, responsável pela continuidade do pensamento dos fundadores, particularmente de George Herbert Mead, de quem foi discípulo, e influenciando alunos notáveis, como Howard Becker e Erving Goffman. A principal contribuição de Blumer consiste em sua sólida concepção metodológica da pesquisa em ciências sociais, fundamentada em dados empíricos com ênfase na coleta de dados em situação natural de ocorrência.

No final dos anos 1950, Blumer publicou o artigo *Suggestions for the study of massmedia effects*, visando a fornecer um quadro teórico-metodológico para análise

dos fenômenos relativos à interação dos meios de massa com os/as participantes da audiência. Ele inicia criticando o modo pelo qual as pesquisas funcionalistas de então buscavam dar conta dos “efeitos” dos meios de massa, em uma arquitetura metodológica ainda hoje empregada sem muita autocrítica: a) considera-se o “meio” ou o “conteúdo” como uma variável independente; b) seleciona-se uma “amostra” do público sobre o qual se quer aferir os “efeitos” (por exemplo, jovens de classe média de 14 a 17 anos); c) exibe-se o “conteúdo” ao “público” e, por meio de questionários, se extraem inferências generalizáveis sobre os “efeitos” do conteúdo sobre a audiência.

A crítica de Blumer a este procedimento consiste em apontar inconsistências em cada um dos procedimentos: a) é difícil considerar o “conteúdo” como uma variável independente, dado o caráter variante e mutável dos produtos de mídia: nenhum telejornal, capítulo de novela ou episódio de seriado é igual a nenhum outro, cada um faz parte de um sistema que é preciso compreender globalmente, em contexto; b) é difícil considerar seriamente um agregado indistinto como a “audiência” em termos de amostragem, dado o caráter variante e mutável da sensibilidade das pessoas em contato com os meios a diferentes temas e conteúdos, bem como o processo de interpretação que se estabelece entre a apresentação e seus supostos “efeitos” (o que hoje chamamos “mediação”); c) a impossibilidade de se isolar um meio de comunicação e seus conteúdos do fluxo geral da vida cotidiana sem que se “perca o fenômeno” (como na expressão de Garfinkel (1967)), isto é, é preciso sempre ter em mente que os diferentes meios não se apresentam como variáveis isoladas (ou isoláveis) de uma rede complexa de inter-relações com outras coisas do mundo. Um jornal se faz com televisão, rádio, telefone, conversação, email, etc. Assim, é muito pouco provável que se consiga “isolar” o consumo de uma mídia da rede de inter-relações na qual ela ocorre, nem o uso de um meio de seu contexto interacional.

Uma dificuldade adicional surge porque qualquer influência que seja exercida pelas apresentações da mídia depende do modo pelo qual as pessoas recebem e lidam com essas apresentações. Seus interesses, suas formas de receptividade, indiferença ou oposição, sua sofisticação ou ingenuidade e seus esquemas de definição já estabelecidos condicionam o modo pelo qual elas inicialmente recebem as apresentações (Blumer, 1969, pp.187-188).¹⁰

Ou seja, na perspectiva de Blumer, é impossível qualquer consideração sobre os “efeitos” da mídia se não se levar em conta as condições sociais do processo de mediação – a que Blumer denomina “processo interpretativo”. A posição de Blumer implica em uma virada metodológica em direção a técnicas mais naturalistas, de modo a construir um quadro de referência mais condi-

zente com as circunstâncias onde *de fato* os fenômenos de recepção e consumo midiático ocorrem:

O que parece ser necessário é um esquema diferente de análise – um [esquema] que respeite os aspectos centrais do processo midiático tal como ele ocorre no mundo dos acontecimentos reais. [...] Os aspectos centrais desse processo parecem ser: o caráter variante e mutável das apresentações da mídia, o caráter variante e mutável da sensibilidade do público atingido pela mídia, o processo de interpretação que intervém entre a apresentação e seu efeito, a relação interdependente entre as formas de comunicação, e a incorporação da mídia, suas apresentações e as pessoas em um mundo de eventos em curso, que implica um caráter processual a cada uma delas (Blumer, 1969, p. 191).¹¹

Para Blumer, tal perspectiva reduziria o risco de se representar a “audiência” como um agregado mais ou menos homogêneo que meramente reagisse a estímulos, em vez de considerá-la como pessoas em situações concretas, forjando definições a partir dos quadros de sua experiência. É evidente que tal mudança de perspectiva teórica implica uma radical mudança de perspectiva metodológica. Em seu ponto de vista, a análise de variáveis, técnica dominante em pesquisas do estilo *survey* como as que ele tanto critica, deve dar lugar a técnicas de orientação antropológica, como observação etnográfica e entrevistas. O texto de Blumer não traz nenhum caso empírico analisado; trata-se, como o próprio título indica, de um programa de estudos, sugestões para futuras pesquisas. Assim, é interessante cotejar, a título de ilustração, um estudo piloto realizado por um casal de pesquisadores ligados à Universidade de Chicago, Kurt e Gladys Lang, no final dos anos 1940 (Lang; Lang, 1976), que realiza *avant la lettre* muitas das sugestões de Blumer. Neste estudo pioneiro, realizado ainda nos primórdios das transmissões televisivas fora de estúdio, o casal analisou etnograficamente a transmissão de um evento público de grande porte, tratando o ponto de vista da televisão como *uma* das perspectivas presentes na situação.

O evento a ser analisado era a chegada em Chicago do general Douglas MacArthur (comandante geral das forças aliadas no final da Segunda Guerra Mundial) e Jean MacArthur, sua esposa. O casal participaria de um desfile e, no momento máximo do evento, inauguraría uma ponte em homenagem aos soldados americanos mortos na guerra. O evento foi coberto por um total de seis câmaras de televisão, número apresentado com espanto pelo locutor como a maior cobertura de televisão jamais ocorrida¹² O evento concentrou uma multidão de milhares de pessoas ao longo do trajeto e principalmente na ponte, onde haveria os discursos e as solenidades de inauguração. Para compreender as diferentes perspectivas da situação, os Lang contaram com o auxílio de mais de trinta pesquisadores/as assistentes, que foram distri-

búidos/as em pontos privilegiados de observação, junto à multidão, além de transcrição e descrição sistemática da transmissão de TV (na época, ainda não havia *videotape*), e da coleta de dados de apoio, como os números de tráfego do transporte público naquele dia e o volume de vendas dos ambulantes, lanchonetes e restaurantes das redondezas do evento.

O estudo do casal Lang é notável pela clareza com que antecipa alguns aspectos centrais dos processos ligados à mediatização, ao contrastar dados do registro sistemático da experiência pessoal na situação com o registro sistemático da transmissão televisiva. A discrepância entre as duas situações transparece nos registros. A maioria dos relatos trata a experiência de participar da solemnidade como frustrante, ao passo que a transmissão de TV foi entusiástica, mostrando cenas que atestavam uma multidão em júbilo, quando os relatos de campo deixam claro o júbilo encenado para as câmaras, desvanecendo-se a euforia da multidão tão logo a unidade móvel da TV passasse:

O exame de um acontecimento público pela observação da massa e pela televisão mostrou discrepâncias consideráveis entre essas duas experiências. O contraste em termos de perspectiva aponta para três itens cuja relevância para a estruturação de um acontecimento televisionado pode ser deduzida de uma análise de conteúdo da televisão:

1. a distorção tecnológica, isto é, a seqüência necessariamente arbitrária dos acontecimentos televisionados e a sua estrutura em termos de primeiros planos e planos de fundo, que ao mesmo tempo implicam escolhas da parte do pessoal da televisão sobre o que é importante ou não;
2. A estruturação de um acontecimento por um apresentador, cujo comentário é necessário para interligar as passagens de uma câmara para outra, dos planos longos para os curtos, ajudando o espectador a obter uma orientação estável a partir de uma perspectiva específica;
3. Os efeitos recíprocos, que modificam o próprio acontecimento mediante a sua encenação de forma a torná-lo mais adequado à transmissão por televisão, e impondo junto aos atores a consciência de estar representando para uma vasta platéia (Lang; Lang, 1976, p.147).

O estudo dos Lang é ilustrativo do tipo de perspectiva projetada por Blumer, na medida em que, compreendendo a situação de interação mediatizada em suas múltiplas dimensões, aparecem as linhas de força, as transformações do acontecimento pela presença do meio, que naquele momento, passava a ser mais importante do que o próprio acontecimento: apesar do alegado patriotismo da multidão apresentado na transmissão de TV, vários/as dos/as informantes entrevistados/as relataram estar no evento para ter a chance de “aparecer na televisão”. Uma transformação no ordenamento social cotidiano, captada etnograficamente *in status nascendi*.

Para Concluir

A posição teórica e metodológica dos pensadores de Chicago mostra-se como um legado que vai muito além dos limites disciplinares da sociologia. O pensamento social que floresceu naquele departamento na primeira metade do século XX nos traz um quadro amplo e complexo para compreender os fenômenos comunicacionais humanos. Mente, *self* e sociedade, em uma ciência social fundamentada nas pessoas e suas interações cotidianas, em um mundo de sentidos coletivamente produzidos, através de definições concorrentes, convergentes ou divergentes sobre o que seja a realidade. Os meios de comunicação, nesta perspectiva, assumem um papel central na legitimação de certas definições, mas esse processo não é simples, nem unidirecional. A distinção proposta pelos estudos de recepção, a de privilegiar o ponto de vista das pessoas comuns e os usos que elas fazem das mídias de que dispõem, é bastante convergente com este paradigma naturalista, e tem muito a se beneficiar deste aporte teórico e metodológico. Se considerarmos que, como George Herbert Mead tão bem demonstrou, comunicação é interação simbólica, pesquisar as dinâmicas comunicacionais no local onde ocorrem é também compreender a vida social na sua dimensão mais elementar, relacional, a vida social em processo ■FAMECOS

NOTAS

- * Uma versão preliminar deste artigo foi apresentada no GT “Recepção, Usos e Consumo Midiáticos”, do XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, em junho de 2009.
- 1 Para uma boa revisão sobre a gênese e o desenvolvimento da Escola de Chicago, ver Winkin (1998).
- 2 Particularmente o artigo, *Como tornar claras as nossas idéias*, de 1878 (Peirce, 1975).
- 3 Categoria profissional na academia alemã de então, que consistia em um reconhecimento da titulação do professor, sem vínculo empregatício. Para auferir rendimentos, o *Privatdozent* podia dar palestras e cobrar ingressos.
- 4 Simmel só conseguia um emprego na Universidade de Berlim em 1915, três anos antes de morrer.
- 5 Em 2007, foi lançada pela Zahar uma versão em português, *A Sociedade de Esquina* (White, 2007).
- 7 Tradução pessoal. No original: *If men define a situation as real, it will be real in their consequences.*
- 8 Goffman desenvolveu a noção inicial de Thomas, renomeando-a como *frame* (enquadre), no seu magistral *Frame Analysis* (Goffman, 1986).

- 9 A concepção triádica do *self* ecoa fortemente a semiótica peirceana, uma das principais influências de Mead. Sobre a concepção sóciosemiótica da identidade, ver artigo de Fernando Andacht (2004).
- 10 Tradução pessoal. No original: *Further difficulty arises because whatever influence is exerted by the presentations of mass media depends on the way in which people meet and handle such presentations. Their interests, their forms of receptiveness, indifference or opposition, their sophistication or naiveté, and their established schemes of definition set the way in which they initially receive the presentations.*
- 11 Tradução pessoal. No original: *What seems to be needed is a different scheme of analysis – one that will respect the central features of the mass communicative process as it exists in the world of real happening. [...] The features of this process seem to be: the variant and changing character of the presentations of the media, the variant and changing character of the sensitivities of people touched by the media, the process of interpretation that intervenes between the presentation and its effect, the interdependent relationship between forms of communication, and the incorporation of media, presentations and people in a world of moving events that impart an evolving character to each of them.*
- 12 É importante considerar o pioneirismo deste estudo. Na época (final dos anos 1940), ainda não havia televisão em nenhum país da América Latina.

GASTALDO, Édison. O Complô da Torcida. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v.11, n. 24, jul./dez. 2005.

GOFFMAN, Erving. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. *Frame Analysis*. Boston: Northeastern University Press, 1986.

LANG, Kurt; LANG, Gladys E. A perspectiva singular da televisão e seus efeitos: um estudo piloto. In: RILEY, M.; NELSON, E. (Orgs.) *A observação sociológica: uma estratégia para um novo conhecimento social*. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

MEAD, George Herbert. *Mind, Self and Society: from the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: The University of Chicago Press, 1974.

PEIRCE, Charles S. Como tornar claras as nossas idéias. In: _____. *Semiótica e Filosofia*. São Paulo: Cultrix, 1975.

PRADO, Rosane. Televisão, poderosa, mas não tanto: cidade pequena, mulher e telenovela. In: ECKERT, Cornélia e MONTE-MÓR, Patrícia (Orgs.) *Imagem em Foco: novas perspectivas em antropologia*. Porto Alegre: Editora UFRGS, 1998.

THOMAS, William I. The Definition of the Situation. In: _____. *The Unadjusted Girl*. New York: Little, Brown & Co, 1923.

WINKIN, Yves. *A Nova Comunicação: da teoria ao trabalho de campo*. Campinas: Papirus, 1998.

WHITE, William F. *Sociedade de Esquina*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- ANDACHT, Fernando. A representação do *self* na obra de Goffman: sociosemiótica da identidade. In: GASTALDO, É. (Org.) *Erving Goffman, desbravador do cotidiano*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.
- BLUMER, Herbert. Suggestions for the study of mass-media effects. In: _____. *Symbolic Interactionism: perspective and method*. New Jersey: Prentice Hall, 1969.
- BRAGA, Adriana. *Personas Materno-Eletrônicas: feminilidade e interação no blog Mothern*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.
- FRANÇA, Vera. Contribuições de G. H. MEAD para pensar a comunicação. In: XVI Encontro da COMPÓS - GT Epistemologia da Comunicação. Curitiba: COMPÓS - UTP (Universidade Tuiuti do Paraná), 2007.
- GARFINKEL, Harold. *Studies in Ethnomethodology*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1967.