

Resenha

A galáxia das comunicações na síntese de Luís Martino
(MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos.**
Petrópolis: Vozes, 2009).

André Gustavo de Paula EDUARDO¹
Deborah Cunha TEODORO²

“Teoria da comunicação: idéias, conceitos e métodos”, de Luís Mauro Sá Martino, surge com o intuito de apresentar as principais teorias da comunicação para pesquisadores e estudantes da área, valendo-se de textos simples, curtos e razoavelmente atraentes do ponto de vista estilístico. Cada capítulo traz uma breve introdução ao tema a ser tratado, permitindo uma leitura independente, com a indicação, ao final, de pelo menos um texto clássico de cada teoria apresentada. A variedade de áreas contempladas nos estudos de teorias da comunicação, tendo em vista se tratar de um campo com fronteiras indefinidas – situado na intersecção de vários conceitos, métodos e práticas, advindos de outras áreas do conhecimento – constitui outra característica marcante deste livro.

Já na introdução, é ressaltada a idéia de que a teoria da comunicação mantém o diálogo com outras disciplinas, ou seja, é possuidor de um caráter multidisciplinar, mas também possui um espaço distinto, ostentando limites bem visíveis. Por isso, essa produção acadêmica procura abarcar a Comunicação em geral, preocupando-se em levar importantes contribuições às suas vertentes práticas, como Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas, Rádio e TV, Cinema, Editoração.

Intitulada “A produção em comunicação”, a Seção A do livro é dividida em quatro itens, iniciando com “A pesquisa em Comunicação” no item I e a tentativa de encontrar um ato fundador do campo. Para tanto é apresentado o *Public Opinion*, do jornalista Walter Lippmann, abordando a relação entre os estereótipos e a seletividade da produção da mídia. Em seguida, são abordados os modelos teóricos de comunicação,

¹ Mestrando no Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP-Bauru); graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela UNESP.

² Mestrando no Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP-Bauru); graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela UNESP e em Direito pela ITE – Instituição Toledo de Ensino, de Bauru.

dentre os quais, o de Lasswell, com a estrutura e a função da comunicação na sociedade, e o de Osgood e Schramm; as funções da mídia em Merton e Lazarsfeld, com destaque para as funções de *conferir e garantir status e reforçar as normas sociais*; o modelo em espiral de Dance; o modelo geral de comunicação de Gerbner, os estudos de *newsmaking*; e, por fim, o efeito de enquadramento – *framing effect*, com sua incidência na produção, no público e na interpretação da mensagem. O item II é dedicado à “Escola de Frankfurt”, com o conceito de indústria cultural, de Adorno e Horkheimer, a dialética da cultura e níveis de cultura (alta cultura, *midcult*, cultura de massa); os estudos de Walter Benjamin voltados à arte e à reprodutibilidade técnica; e finalizando com a esfera pública e a comunicação em Habermas. No item III, “A crítica marxista”, são abordados o conceito de ideologia em Marx e Engels; mídia, hegemonia e cultura popular, em Gramsci; e a importante contribuição de Althusser ao apresentar a mídia como aparelho ideológico do Estado, enquanto mecanismo de controle. No item IV, “Comunicação interpessoal”, vem à tona a noção de intersubjetividade, aliada à experiência e à comunicação, apresentando o modelo ABX de Newcomb, a hipótese formulada por Festinger e a teoria da dissonância cognitiva, além da poética da realidade da mídia de Niklas Luhmann.

Sob o título “Do texto ao contexto”, a Seção B também conta com quatro itens, sendo o 1º, “Comunicação e linguagem”, destinado especificamente a texto e discurso, estruturas sintáticas e gramática. São descritos o modelo de Ogden e Richards, os estudos de Wittgenstein, a teoria dos atos da fala de J. L. Austin, a linguagem e o pensamento em Jean Piaget, e, ao final, o estudo abordando desde as estruturas sintáticas até a crítica de mídia, por Noam Chomsky. O item II destina-se à semiótica, passando, antes, pela linguística de Saussure. As categorias semióticas são apresentadas, inicialmente, sob a concepção norte-americana de Charles S. Peirce, com as ideias de símbolo, ícone e índice. Depois, vem à lume a semiótica soviética, com Yuri Lotman e a Escola de Tartu-Moscou, e Mikhail Bakhtin, com a intertextualidade, a política do signo e sua noção de discurso.

No item III, “Estruturalismo”, são explicados conceitos chave ligados ao tema em tela, bem como suas influências e principais teóricos, como Roland Barthes, Greimas, Umberto Eco, Edgar Morin, Michel Foucault e Pierre Bourdieu. O item IV, “Gêneros, textos, práticas”, trata de práticas atuais na mídia, enfatizando os gêneros da

realidade: a *reality TV*, o infoentretenimento, os *reality shows*, como o *Big Brother*, e tudo o que é desencadeado por eles, como as celebridades; os pseudoeventos e os eventos da mídia; a transmissão 24 horas, o efeito CNN, a cobertura política, a hipótese da colonização de Meyer (como a mídia colonizou a política).

A Seção C, intitulada “Estudos de recepção”, possui três divisões: I, “Rumo a uma estética da recepção”, apontando os eixos sobre os quais se funda o estudo da comunicação a partir do receptor; II, “Teoria das Mediações”, adentrando no estudo da mídia na América Latina, por meio de autores como Martín-Barbero, Nestor Garcia-Cancelini e Orozco Gomes; III, “Efeitos sociais da comunicação”, com as hipóteses da agulha hipodérmica, as pesquisas sobre usos e gratificações, as teorias dos efeitos a longo prazo, a teoria da cultura de Gerbner, os modelos do *agenda-setting*, da espiral do silêncio, da curva em S de Chaffee, e os estudos da estética cognitiva à *neuroarthistory*.

Também subdividia em três itens, encontra-se a Seção D, sob o título “Moderno/pós-moderno”. O item I, “Em busca de uma região desconhecida”, retrata a pós-modernidade, o pós-estruturalismo, o pós-colonial e o pós-humano, apresentando argumentos favoráveis e críticas, por onde desfilam pensadores como Jurgen Habermas, Zygmund Bauman, Jean-François Lyotard, Guy Debord, Jacques Derrida, Gilles Deleuze e Jean Baudrillard. No item II, “Os estudos culturais”, são apresentados os trabalhos fundadores desta corrente de pensamento. Desta forma, entram em cena Raymond Williams, Richard Hoggart e E. P. Thompson, bem como o modelo *encoding/decoding*, de Stuart Hall, e as estratégias para ler a televisão, a partir dos estudos de John Fiske. Já o item III, último desta seção, intitulado “Cyberpunks, weblogs, guerrilhas virtuais, exclusão digital”, traz a teoria da informação, o modelo de Shannon e Weaver, o efeito *zapping*, proporcionado pelo controle remoto e demais opções à disposição do telespectador, e seus efeitos na mensagem publicitária; os estudos de Marshall McLuhan e Harold Innis.

São abordadas as noções difundidas por McLuhan: os meios de comunicação enquanto extensões do ser humano e a classificação destes meios enquanto *quentes* e *frios*. É dedicado espaço às mudanças ocasionadas pela comunicação via computador e internet que, com suas comunidades e guerrilhas virtuais, cria um suplemento à vida real. Além disso, surgem questões como exclusão digital e democracia das informações,

tendo em vista a diferença de níveis de acesso às novas tecnologias. A internet permite a supressão do espaço e altera a memória coletiva, reconstruindo as referências. Tudo passa a girar em torno do *cyber* – *cyberespaço*, *cyberpunk*, *cyborg*, *cyberterrorismo*. O espaço virtual é cada vez mais ocupado pelos blogs, instrumento central para quem trabalha com mídia, mas com consequências ainda a serem mensuradas na esfera pública.

Convidativo, apropriado e até certo ponto elegante. Assim, Luís Mauro Sá Martino construiu “Teoria da comunicação: idéias, conceitos e métodos”, com critério e comprometimento acadêmico. Sempre que necessário, o livro lança mão de quadros sinóticos elucidativos para tornar mais simples a compreensão de teorias nem tão simples assim. Ao embarcar nesta leitura, o leitor terá pela frente um roteiro que vai lhe permitir fazer um verdadeiro passeio pelos avanços da área comunicacional ao longo dos tempos. E certamente se sentirá encorajado a alçar novos vãos por destinos apontados no decorrer deste percurso.