

A história e a pesquisa em comunicação

Henrique Moreira¹

Resumo

Este trabalho discute a utilização da abordagem histórica na construção de projetos de pesquisa na área da Comunicação Social, na qual se insere o estudo do Jornalismo enquanto objeto de pesquisa comunicacional. Propõe que a História seja efetivamente empregada na representação do campo comunicacional, contrariamente ao que ocorre hoje, em que esse tipo de metodologia tem uma participação reduzida, limitando-se a listar correntes, teorias e a estabelecer uma cronologia relativa ao surgimento das teorias ou instituições. Esse tipo de pesquisa poderá, então, contribuir para que os estudos das comunicações (*communication research*) aprofundem seus conhecimentos a respeito dos meios de comunicação.

Palavras-chave: Comunicação. Método histórico. História do jornalismo.

1 Introdução

A imprensa chegou ao Brasil 275 anos depois que os moradores da Cidade do México, por iniciativa de um bispo católico, começaram a ter acesso a informações e notícias regularmente impressas (MELO, 2003, p. 78). Foi necessário que uma guerra empurrasse para o lado de cá do Atlântico boa parte da Corte portuguesa para que a Terra Brasília finalmente tivesse seus acontecimentos periodicamente registrados e divulgados.

As causas apontadas para esse retardamento na implantação da imprensa no Brasil são, em sua maioria, de natureza sociopolítica como as listadas por José

¹ Manoel Henrique Tavares Moreira. Jornalista, Doutorando em Comunicação pela Universidade de Brasília. Professor da Graduação e da Pós-Graduação e Coordenador do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Marques de Melo no sumário de seu livro *História Social da Imprensa*: “A natureza feitorial da colonização, o atraso das populações indígenas, a predominância do analfabetismo, a ausência de urbanização, a precariedade da burocracia estatal, a incipiência das atividades comerciais e industriais, o reflexo da censura e do obscurantismo” (MELO, 2003). A publicação da *Gazeta do Rio de Janeiro*, em 10 de setembro de 1808, pelo governo português resultou fundamentalmente da necessidade de o Estado absolutista dar publicidade aos atos e determinações legais e, assim, garantir o alcance do poder real sobre seus súditos. A iniciativa de D. João, ainda príncipe regente, coincide com os esforços de um brasileiro, exilado em Londres, Hipólito José da Costa, cuja motivação para publicar o seu “*Correio Braziliense*” era também a de condenar, por meio da publicação de artigos, notas e resenhas o absolutismo com que a família real portuguesa conduzia os interesses de Portugal e de suas colônias.

Mesmo Hipólito, um quase herói da história midiática brasileira, teria tido outros motivos que não o legítimo desejo de lutar contra o absolutismo português. Na verdade, segundo indica Nelson Werneck Sodré, o *Correio Braziliense* se batia pelo rompimento do monopólio comercial a que a Corte portuguesa submetia sua rica colônia sul americana, matéria que interessava vivamente à burguesia inglesa e à

classe dominante brasileira, a dos grandes proprietários, a que mais interessada estava no livre comércio e que constituía o público potencial do órgão editado em Londres. O mesmo ocorria, e por razões óbvias, com a camada dos comerciantes (SODRÉ, 1999, p. 28).

Quanto às intenções de Hipólito ao publicar o “*Correio Braziliense*”, Isabel Lustosa (2000, p. 76) destaca:

[Hipólito] era um monarquista constitucional do tipo britânico e, tal como José Bonifácio, se mostraria totalmente avesso às tendências democráticas herdadas da Revolução Francesa. Desejava reformas para o Brasil, mas não queria jamais que essas reformas fossem feitas pelo povo.

Historicamente, a imprensa brasileira tem esse caráter instrumental que invariavelmente a afasta dos interesses da sociedade e a mantém como elemento-chave de projetos políticos, tanto dos que apoiam os mais diferentes modelos de governo quanto dos que sustentam a mais feroz oposição a esses mesmos governos.

Ao longo de nossa história, são incontáveis os exemplos da ação política da imprensa em apoio a grupos ou pessoas, em detrimento do que seriam interesses legítimos da sociedade. Para tanto, estabeleceram-se alianças estratégicas entre as forças políticas e os donos da mídia, ora com o intuito de manter o poder, ora visando alcançar o poder.

Se levarmos em consideração apenas o aspecto econômico, já que em 2009 o mercado midiático brasileiro movimentou R\$ 64 bilhões², somos levados a reconhecer a importância que as empresas jornalísticas têm para a economia nacional e, conseqüentemente, o valor estratégico a elas atribuído pelos grupos que disputam o poder político.

2 A tradição da pesquisa em comunicação

Em trinta e três anos de existência, os alunos do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (PPG/FAC/UnB) produziram 298 dissertações e 16 teses. Desse total, apenas quatro trabalhos (cerca de 1,2% de tudo o que foi produzido) têm como objeto a História do Jornalismo, já que essas dissertações (não há nenhuma tese relacionada com o tema) tratam de questões históricas ligadas ao campo do Jornalismo.

Uma busca conduzida no mês de junho de 2011 no acervo da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), ligada ao Ministério da Ciência e Tecnologia, utilizando como elemento de busca a expressão “história do jornalismo”, retornou como resultado apenas duas teses que têm entre seus assuntos a História do Jornalismo.

Ainda no mesmo período, prosseguindo nessa busca pela produção científica relacionada ao campo da história da Comunicação, encontramos mais dois

² Dados divulgados pelo IBOPE Monitor – 2010. O Monitor Evolution é um serviço do IBOPE Mídia que permite avaliar o investimento publicitário e acompanhar a estratégia de comunicação de anunciantes e veículos no Brasil (INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA, 2010).

trabalhos registrados no Banco de Teses da CAPES: uma tese e uma dissertação. Ambas fazem referência à História do Jornalismo.

Se avançarmos no sentido de buscar referências bibliográficas, por exemplo, junto à Biblioteca da Universidade de Brasília, usando como termo de busca a expressão “História do Jornalismo”, encontraremos vinte títulos. O mesmo termo de busca aplicado ao acervo da Biblioteca Reitor João Herculino, do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), fornece uma lista com dezoito títulos.

Esses resultados demonstram, inequivocamente, que a História do Jornalismo atrai muito pouca atenção dos pesquisadores da área e, assim, pouco contribui para a construção de um campo epistemológico comunicacional. Contribuição que poderia ser decisiva na superação da dificuldade gerada por um crescimento relevante e desordenado da pesquisa nessa área, mas ainda incapaz de transformar-se num corpo homogêneo de hipóteses verificáveis e de resultados congruentes, conforme assinala Mauro Wolf:

A longa tradição de análise (sinteticamente designada pelo termo *communication research*) acompanhou os diversos problemas que iam aflorando, atravessando perspectivas e disciplinas, multiplicando hipóteses e abordagens. Daí resultou um conjunto de conhecimentos, métodos e pontos de vista tão heterogêneos e discordantes que tornam não só difícil, mas porventura também insensata qualquer tentativa para se conseguir uma síntese satisfatória e exaustiva (WOLF, 2001, p. 13).

A tradição da pesquisa em Comunicação (campo em que se inserem os trabalhos que têm como objeto o Jornalismo) tem se apoiado, ao longo de mais de um século, em diversas disciplinas ligadas às Ciências Sociais, como a Sociologia, a Psicologia e a Antropologia; relacionadas às Ciências Naturais, como a Biologia e a Física; à Matemática; às Ciências da Linguagem (Linguística e Semiótica) e a outras áreas do conhecimento. Com isso, virou lugar comum afirmar que a Comunicação constitui-se num saber interdisciplinar, ou seja, situa-se como uma “ciência encruilhada” (MARTINO, 2006, p. 39).

Mesmo com essa diversidade de abordagens (ou, quem sabe, até por causa dela), a definição de um objeto específico da Comunicação encontra resistências. As diferentes aproximações utilizadas pelos teóricos na tentativa de definir um campo comunicacional esbarram, invariavelmente, na falta de um objeto de estudo com características específicas ligadas à Comunicação.

Diante de tais condições, a História acaba se constituindo numa opção (logicamente, dentre muitas outras) para projetar e entender os fenômenos presentes no campo comunicacional. Mas, tradicionalmente, o que se vê é a utilização da pesquisa histórica para construir um “guia para a exposição de ideias” conforme observa Martino. Segundo esse autor, o uso da pesquisa histórica na definição do objeto é possível, na medida em que a abordagem histórica acaba por destacar a singularidade do processo comunicacional (MARTINO, 2006, p. 46).

O que se percebe, portanto, é a necessidade de promover uma maior aproximação teórica e metodológica das pesquisas em história do jornalismo com a própria História, principalmente no que se refere às questões ligadas ao tempo histórico e a maneira pela qual ele é percebido pelo historiador.

Adquirir competência e consistência teórica nesses aspectos é fundamental para que o pesquisador da história do jornalismo avance sem receio de que seu raciocínio se misture com a análise de um documento e sem confundir fatos documentados com suas conclusões pessoais, pois “[...] os fatos históricos contidos nos documentos não bastam nunca para responder inteiramente às nossas indagações” (LANGLOIS; SEIGNOBO, 1965, p. 177).

Mas, ao lançar mão da História, os pesquisadores, invariavelmente, concentram-se em estabelecer a evolução do campo comunicacional, mapeando teorias e tentando definir os territórios da Comunicação. Assim, acabam por incorrer em um reducionismo: investigam a comunicação a partir de um posicionamento autônomo da História, tratando não da Teoria da Comunicação, mas de seu desenvolvimento histórico, como nos mostra Santaella:

Há duas obras bastante relevantes que trataram do desenvolvimento histórico das teorias da comunicação: *Teorias da Comunicação*, de Mauro Wolf (1987) e *História das Teorias da Comunicação*, de A. e M. Mattelard (1999). Wolf desenvolveu uma cuidadosa história das teorias da comunicação de massa, desde os seus primórdios, entre as duas guerras mundiais do século XX, até as tendências que estavam surgindo pouco antes da escritura de sua obra, publicada originalmente em italiano, em 1985 (SANTAELLA, 2001, p. 28).

O termo “comunicação” é consensualmente aplicado ao ato de estabelecer uma relação, seja entre organismos vivos, entre objetos ou entre seres humanos. Apesar de haver uma tradição de estudos relacionados à Comunicação, que remonta ao final do século XIX, contemplando desde uma visão generalizada do fenômeno comunicacional até a troca simbólica entre seres humanos, foi com os estudos relacionados ao surgimento da sociedade de massa que o campo teórico da Comunicação avançou na sua tentativa de definir uma epistemologia própria.

Com isso, a pesquisa em Comunicação acabou por eleger a comunicação mediática (aquela em que há a intervenção de um meio tecnológico) como a que tem a melhor possibilidade de vir a se constituir no objeto de estudo específico da Comunicação. Isso colocou os meios de comunicação no centro das atenções dos pesquisadores, que passaram a analisar suas características, seus efeitos, sua organização e o seu alcance.

Como foco dos estudos que podem vir a constituir a Comunicação como disciplina, os veículos de comunicação têm sido analisados a partir de muitos aspectos, como registra Mauro Wolf (2001, p. 13):

[...] regulamentações legislativas [...]; intrincadas operações financeiras [...]; episódios retumbantes acerca da não realização de um programa considerado ‘incômodo’; crises, quedas e triunfos.

Por outro lado, esses meios foram pouco estudados a partir de uma perspectiva histórica, principalmente no que concerne à sua institucionalização, aos aspectos econômicos e políticos que permitiram que avançassem e assumissem o papel de elemento central dessa sociedade complexa também chamada de sociedade mediática.

Nessas condições, julgamos fundamental que a construção de um problema de pesquisa em história do jornalismo leve em consideração que não se irá lidar apenas com uma questão “particular limitada ao passado e sua lembrança”, mas também com algo que “[...] conserva sua atualidade política e a capacidade de provocação social de seus contemporâneos” (KOSELLECK, 1975, p. 110).

Conhecer melhor a trajetória histórica dos veículos terá, certamente, um impacto positivo na pesquisa comunicacional, destacando um objeto de estudo para a Comunicação, cuja percepção aumentará à medida que esse for “desnaturalizado” com a ajuda da análise historiográfica.

“A história é a ciência do passado”. Independente da verdade nele contida, esse aforismo não expressa, com justiça, a importância da história para a

[...] construção das identidades coletivas e das sociedades humanas [...]. De disciplina erudita, nascida nas sombras dos claustros medievais, a história atualmente abre-se aos horizontes mais vastos da interdisciplinaridade (CAIRE-JABINET, 2003, p. 8-9).

Pois bem: isso não é suficiente para garantir o consenso entre aqueles que têm a história como objeto de interesse e de pesquisa. A exemplo do que ocorre com a comunicação, existem muitas dúvidas quanto à delimitação de um campo teórico próprio da história, ao qual seja possível atribuir-se a função de constituir um corpo coerente de princípios, categorias e conceitos que dê sustentação ao trabalho do pesquisador.

As dificuldades se iniciam pelo fato de que a palavra “história” designa tradicionalmente duas coisas bastante distintas: a realidade objetiva na qual o homem está inserido num determinado momento e o conhecimento e o registro dessas condições.

O positivismo buscou a definição da história na descoberta, é claro, de um suposto fato histórico. O problema terminológico vem, assim, de muito tempo: a palavra História designa, para dizê-lo de alguma forma, um conjunto ordenado de “fatos históricos”, mas designa também o processo das operações “científicas” que revelam e estudam

tais fatos. Que a mesma palavra designe “objeto” e “ciência” pode parecer uma questão menor, mas na realidade acaba por ser embaraçosa e abre espaço a dificuldades reais de ordem epistemológica (ARÓSTEGUI, 2006, p. 29).

As questões apontadas em relação ao caráter científico e metodológico da história vêm de longo tempo. Ainda no início do século XX, mais precisamente em 1911, Henri Berr chamava a atenção para o fato de que havia problemas não resolvidos em relação à história que a diferenciavam de outras ciências sociais.

Ele alertava para o fato de que enquanto as ciências naturais criaram métodos (precisos e eficazes) e que servem para caracterizar suas pesquisas de maneira positiva, a história encontrava-se em “[...] estado precário, seu empirismo, sua incoerência, vem chamando reiteradamente a atenção dos pensadores [...] que buscam remédio para tal situação” (BERR, 1911 apud NOVAIS; SILVA, 2011, p. 10).

3 História e método

Para atribuir a uma teoria (uma “inspiração” na visão de Popper) o estatuto de conhecimento científico, justificado e validado, o enunciado que o representa deve permitir uma análise lógica, passível de reproduzir as condições em que foi produzido, distinguindo-o do senso comum.

O método científico é a maneira mais segura de buscar uma aproximação com o objeto de estudo, seja por meio da identificação de regularidades no fenômeno observado, seja pela tentativa de isolar os elementos que caracterizam e distinguem tal fenômeno.

Apesar do papel fundamental que o método desempenha no processo da construção do conhecimento científico, é possível afirmar que não há consenso sobre a metodologia (o estudo do método) a ser empregada no desenvolvimento e na dedução de uma teoria, “particularmente nas ciências sociais e humanidades” (SANTAELLA, 2001, p. 131).

Por conta de seu caráter interdisciplinar, a comunicação, enquanto objeto de pesquisa e de formulação teórica, prescinde de metodologias específicas, estritas e que tenham prescrições técnicas claras. A metodologia a ser aplicada a uma pesquisa no campo comunicacional é, antes de tudo, uma escolha arbitrária do pesquisador, fruto de sua relação e de sua experiência na área.

Encontramos na História os traços recorrentes de um dado fenômeno, o que a legitima como uma forma de conhecimento capaz de ordenar e dar sentido aos eventos, relacionando-os criticamente a partir de suas circunstâncias socio-culturais, permitindo constituir um enlace entre o indivíduo e o contexto social.

Também se pode utilizar a História sociologicamente para conceituar as realidades culturais. Esse tipo de abordagem sociológica da História levou ao desenvolvimento da metodologia dos tipos ideais comparativos como forma entendimento intelectual (JAGUARIBE, 2001, p. 35).

Há ainda outra possibilidade metodológica que tem a História como elemento referencial: a chamada História de Vida ou narrativa biográfica, capaz de

[...] apreender a cultura ‘do lado de dentro’; constituindo-se em instrumento valioso, uma vez que se coloca justamente no ponto de interseção das relações entre o que é exterior ao indivíduo e aquilo que ele traz dentro de si (CAMARGO, 1984, p. 12).

Outro método de análise que concebe o real como um processo histórico é o chamado método dialético, desenvolvido por Marx a partir de uma interpretação materialista da história, que atribui valor à gênese da sociedade, sua formação e sua atuação em função dessa gênese histórica.

De acordo com a visão de Marx, expressa no seu famoso livro “*A Ideologia Alemã*”, escrito em coautoria com Friedrich Engels, a gênese histórica está na capacidade do homem de atender às necessidades básicas, ou seja, prover as condições materiais necessárias à vida. Uma vez satisfeitas as necessidades primárias, ao produzir novas necessidades, o homem estabelece o primeiro ato histórico.

Essa construção histórica do homem a partir de sua produção material, de sua dependência mútua, resultante de suas necessidades e de suas condições de produção, permite uma visão verdadeira da trajetória humana, livre dos dogmas religiosos e do que eles, Marx e Engels, chamam de “absurdos políticos”.

Portanto, lançar mão da História como método na construção de uma pesquisa em comunicação nos parece ser plenamente aceitável, tanto do ponto de vista da eficiência metodológica, quanto do ponto de vista da validação de seus resultados.

4 Conclusão

A importância conquistada pela comunicação mediática na chamada sociedade complexa ou tecnológica influenciou o percurso da pesquisa científica no campo comunicacional. Apesar de ainda persistirem dificuldades, resistências e incompreensões, houve avanços significativos na tentativa de definir um objeto de estudo e, assim, finalmente atribuir à Comunicação a condição de disciplina.

A construção de um campo epistemológico que permita aos pesquisadores avançarem em terreno mais sólido passa, necessariamente, por diferentes abordagens que se utilizam de outras formas de conhecimento para compreender os fenômenos ligados à comunicação humana, especialmente aqueles que se processam intermediados pela tecnologia.

Com isso, áreas tradicionais do saber, notadamente aquelas ligadas às Ciências Sociais, poderão contribuir enormemente, enquanto referencial metodológico, para que a pesquisa em Comunicação avance “[...] levando-se em conta as diferenças de abordagem em relação ao fenômeno da comunicação” (MARTINO, 2001, p. 25).

Dentre as disciplinas das Ciências Sociais, constatamos que a História tem participação reduzida, discreta mesma, na teorização dos fenômenos ligados à comunicação humana, limitando-se a listar correntes, teorias, estabelecendo uma cronologia relativa ao surgimento das teorias ou instituições.

O caráter interdisciplinar da comunicação, enquanto objeto de pesquisa e de formulação teórica, prescinde de metodologias específicas, estritas e que tenham prescrições técnicas claras. A metodologia a ser aplicada a uma pesquisa no campo comunicacional é, antes de tudo, uma escolha arbitrária do pesquisador, fruto de sua relação e de sua experiência na área.

Dentre as metodologias que têm na História sua principal referência, listamos a histórico-crítica; a dos tipos ideais, formulada por Max Weber; a história de vida ou narrativa biográfica; e o materialismo histórico de Marx e Engels.

Portanto, acreditamos ser possível utilizar a pesquisa histórica como metodologia capaz de contribuir para que a *communication research* aprofunde seus conhecimentos a respeito dos meios de comunicação, definindo um objeto de estudo específico para o campo da comunicação a partir de uma metodologia capaz de atribuir valor a todos os fenômenos identificados, os manifestos, os ocultos e os manifestamente ocultos.

History and communication research

Abstract

This article discusses the historic approach in the development of Social Communication research projects, including the Journalism as the object in the communication research. It proposes that, effectively, History can be considered to represent the Communication field, instead of its present minor role, that consists in listing theories and defining a chronology which only registers the uprising of institutions and theoretical streams. In this sense, this approach would contribute to the communication research field deepens its knowledge about the media field.

Keywords: Communications. Historic method. Journalism history.

Referências

ARÓSTEGUI, Julio. *A pesquisa histórica: teoria e método*. São Paulo: EDUSC, 2006.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. *O negócio da mídia brasileira: suas estratégias, suas políticas*. Curitiba, 2009. Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

CAIRE-JABINET, Marie-Paule. *Introdução à historiografia*. Bauru: EDUSC, 2003.

CAMARGO, A. Os usos da história oral e da história de vida: trabalho com elites políticas. *Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, v. 27, n. 1, p. 5-28, 1984.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA. *IBOPE Monitor Evolution: serviço do IBOPE Mídia que permite avaliar o investimento publicitário e acompanhar a estratégia de comunicação de anunciantes e veículos no Brasil*, nov. 2010.

JAGUARIBE, Hélio. *Um estudo crítico da história*. São Paulo: Paz e Terra, 2001. v. 1.

KOSELLECK, Reinhart. *História/História*. Madri: Minima Trotta, 1975.

LANGLOIS, C. V.; SEIGNOBOS, C. *Introduccion a los estudios historicos*. Habana: Universitaria, 1965.

LUSTOSA, Isabel. *Insultos Impressos. A guerra dos jornalistas na independência 1821-1823*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MARTINO, Luiz C. Abordagens e representação do campo comunicacional. *Comunicação, mídia e consumo*, São Paulo, v. 3, n. 8, p. 33-54, nov. 2006.

MARTINO, Luiz C. As epistemologias contemporâneas e o lugar da comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo (Org.). *Epistemologia da comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003. p. 69-101.

MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.; FRANÇA, V. (Org.). *Teorias da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

MELO, José Marques de. *História social da imprensa*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

NOVAIS, Fernando A.; SILVA, Rogério F da. (Org.). *Nova história em perspectiva*. São Paulo: Cosac Naify, 2011. v. 1.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação & Pesquisa*. São Paulo: Hacker, 2001.

SODRÉ, Nelson Werneck. *A história da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 6. ed. Lisboa: Presença, 2001

**Para publicar na revista *Universitas: Arquitetura e Comunicação Social*, acesse o endereço eletrônico www.publicacoesacademicas.uniceub.br.
Observe as normas de publicação, para facilitar e agilizar o trabalho de edição.**