

**Congresso AE-IC
Comunicación y Riesgo
18-20 Janeiro 2012**

Comunicação, Media e Opinião Pública em Charles Wright Mills

Filipa Subtil
Escola Superior de Comunicação Social,
Instituto Politécnico de Lisboa

Introdução

Apesar da hegemonia da *mass communication research*, assente numa abordagem cientifista e quantitativa dos fenómenos comunicacionais (Paul Lazarsfeld, Robert Merton, Carl Hovland, etc.), o estudo da comunicação e dos *media* nos EUA nunca constituiu um campo de ensino e investigação totalmente homogéneo. Fora desse alinhamento, é possível destacar várias vozes europeias dissonantes que se exilaram no continente americano no início dos anos de 1930, e intelectuais americanos como Clement Greenberg, Lewis Mumford e Dwight MacDonald. A este rol de autores, há que acrescentar Charles Wright Mills (1916-1962) que, à margem da investigação sobre os efeitos e as funções dos *media*, introduziu o tópico dos *mass media* na teoria social a partir de conceitos como subjectividade, interacção, conflito, autoridade, dominação, classe, *status* e poder.

Esta comunicação tem como objectivo apresentar o núcleo central das ideias sobre comunicação e *media* de Mills, autor que procurou distanciar-se das concepções epistemológicas ou teóricas que, nas décadas de 1940 e 1950, prevaleciam na investigação sociológica. Este intelectual, parafraseando uma ideia do historiador da comunicação Jefferson Pooley, pode ser incluído na tendência que se insurgiu contra a “inveja das ciências naturais e a fé cega nos métodos quantitativos” (2007: 469). Mills enquadra-se numa constelação de teóricos que, nas ciências sociais, quer nos EUA, quer na Europa, recusaram a abordagem cientificista que se instalou no período das Guerras Mundiais e no pós-Guerra e propuseram uma perspectiva cultural (ou interpretativa) do estudo da comunicação. Apesar das diferenças entre si, têm em comum a referência

ao pragmatismo americano como fonte comum de inspiração, aproximação a temas do marxismo ou até influenciados por este e contrapunham-se ao tipo de visão liberal predominantemente prosseguida pela cultura e a política americana a partir de meados do século XX. Charles Wright Mills é uma dessas vozes. Mills é um teórico bem conhecido pela sua crítica às perspectivas que dominavam a teoria social sobre a desigualdade da estrutura social e os mecanismos de poder nos EUA nas décadas de 1950 e 1960.

Nesta comunicação apresenta-se uma faceta de Mills a que tem sido prestada menor atenção: a de teórico da comunicação.

Mills teve um *background* católico, pouco conhecido e raramente referido, licenciou-se e obteve o mestrado em Filosofia e Sociologia, em 1939, na Universidade do Texas¹. Nessa sequência, iniciou o doutoramento em Sociologia e Antropologia na Universidade de Wisconsin, sob a orientação de Howard Becker, que viria a concluir em 1941. Em 1945, recebeu uma bolsa Guggenheim e foi indicado como professor assistente de Sociologia para a Universidade de Columbia, em Nova Iorque, onde integrou o Bureau of Applied Social Research (BASR), trabalhando directamente com Lazarsfeld e Robert Merton. A filosofia pragmatista de John Dewey constituiu a sua referência intelectual inicial e foi ela que o conduziu aos problemas da acção social, da liberdade política num contexto industrial e ao seu permanente interesse pela metafísica. A sua tese de doutoramento, que só viria a ser publicada postumamente, em 1967, com o título *Sociology and Pragmatism. The Higher Learning in America*, transporta para a sociologia muitas das considerações de Dewey sobre o indivíduo, a sociedade, a democracia e a história².

Linguagem, cultura e significado no pensamento Charles Wright Mills

Ainda muito jovem, antes de integrar a universidade como professor e investigador, Mills publicou ensaios nos quais valoriza a sociologia do

¹ Neste particular, ver a biografia de Mills publicada por Horowitz (1985).

² Sobre a influência marcante de Dewey em Mills, em língua portuguesa, ver Fernandes (1985: 7-35 *maxime* 19-30).

conhecimento e apresenta uma reflexão neste campo que incorpora elementos valiosos de compreensão dos fenômenos culturais e comunicacionais que marcaram o seu trabalho sociológico (Mills, 1939: 670-680; 1940: 316-330). Num desses ensaios, que publica apenas com 23 anos (em 1939), intitulado "Language, Logic, and Culture", Mills sustenta que as sociologias do conhecimento europeias tiveram uma expressão elaborada na *Wissenssoziologie* alemã e nas teorias francesas do conhecimento, ao passo que os estudiosos norte-americanos das ciências sociais não tinham assimilado e desenvolvido teorias adequadas para levar a cabo reconstruções históricas do pensamento de um ponto de vista cultural, nem realizado uma tentativa sistemática semelhante para a metodologia e as teorias da reflexão (*theories of reflection*, no original). Segundo Mills, o "mental" não pode ser compreendido fora de questões que são definitivamente sociais. São os mecanismos sociopsicológicos que mais o ocupam neste ensaio, nomeadamente aqueles que dizem respeito à natureza da mentalidade e à linguagem, mantendo um diálogo com o pensamento de George H. Mead. Noutros termos, os aspectos sociopsicológicos que interessam a Mills são os da natureza comunicativa do *self* e da interação social, que tinham já ocupado Mead e que foram centrais em *Introduction to the Science of Sociology* de Robert Park e Ernst Burgess.

A ênfase que Mills concede aos mecanismos que designa de sociopsicológicos está ligada à elaboração de uma teoria completa da consciência. Era fundamental uma concepção clara e dinâmica das relações entre quem pensa, o pensador (*thinker* para Mills) e o contexto social.

Mills propõe dois mecanismos de natureza sociopsicológica, ambos valorizando a faceta comunicativa dos sujeitos. O primeiro parte da hipótese da definição social de consciência avançada por Mead na sua conceptualização de "outro generalizado". Na sua perspectiva, este conceito pode ser utilizado para demonstrar como os processos sociais participam como condicionantes da reflexão. O "outro generalizado" de Mills é concebido como o auditório interiorizado com que o eu (o pensador) dialoga. O pensamento segue as normas da conversação; é um jogo de significados. Aquele que fala está

limitado pela audiência, logo o resultado da interacção resulta sempre dos intervenientes.

O segundo mecanismo sociopsicológico articula pensamento e modelos sociais. Este é construído a partir da conjugação dos aspectos sociais da linguagem com o seu papel central no pensamento.

Quanto à natureza da linguagem e da significação em termos de comportamento social, a função das palavras, em Mills, é a mediação do comportamento social, e os seus significados estão dependentes desta função social e da conduta. As palavras comportam significados em virtude das interpretações dominantes que lhe são atribuídas pelo comportamento social. Mills concebe a linguagem como um sistema de controlo social (cf. Mills, 1939: 677). Um símbolo, uma forma recorrente da linguagem, adquire o seu *status* como símbolo, como facto com significado, porque produz uma resposta semelhante naquele que a expressa e naquele que o escuta. A comunicação só o é se estabelecer modos de resposta comuns; o significado da linguagem é a conduta social comum que evoca. Os significados das palavras são formados e mantidos pelas interacções dos agrupamentos humanos e pelo pensamento e a manipulação desses significados. A linguagem, socialmente construída e mantida, incorpora advertências implícitas e valorações sociais. Ao incorporar as categorias de uma linguagem adquire-se simultaneamente os “modos” de um grupo e, em conjunto com a linguagem, as implicações de valor desses “modos”. A par da linguagem, adquirimos uma série de normas e valores sociais. O vocabulário não é apenas um conjunto de palavras, resulta de texturas sociais imanentes – coordenadas institucionais e políticas. Por detrás de um vocabulário há uma série de acções colectivas³. As realizações linguísticas e conceptuais anteriores são condições para a aquisição de novos hábitos de pensamento, de novos significados. O pensamento é a selecção e manipulação de material simbólico existente.

³ Por acções colectivas, Mills quer significar que nenhum pensador utiliza todo o vocabulário que está ao dispor no seu enquadramento social nem se limita a esse vocabulário. Adquirimos vocabulário sistemático através das tradições intelectuais construídas por outros pensadores de outras culturas. À medida que “crescemos” intelectualmente, construímos selectivamente novos hábitos linguísticos. Tal como outros costumes, os linguísticos ou conceptuais constroem-se sobre resquícios anteriores (cf. Mills, 1939: 678).

Relativamente à natureza da reflexão em termos de significado e linguagem, Mills reconhece a prioridade de um sistema de significados para um pensador. O pensamento tem pouca influência sobre a linguagem. Nenhum pensador tem liberdade de atribuir significados arbitrários aos seus termos sob pena de não ser compreendido. O significado é dado antecipadamente; é uma criação comum, colectiva. Ao manipular uma série de símbolos socialmente dados, o pensamento é, por sua vez, manipulado. Os símbolos são determinantes impessoais e imperativos do pensamento porque manifestam propósitos e avaliações colectivas. As novas matizes de significado que um pensador pode dar às palavras são socialmente significativas, mas esses novos significados devem deduzir-se dos significados e organização das palavras colectivamente estabelecidas para poderem ser entendidos; o mesmo ocorre com a aceitação e a recusa deles por outros (cf. Mills, 1939: 678).

Neste âmbito, e relacionando com o mecanismo anterior, o pensador está limitado pelo seu auditório porque, para comunicar, para se fazer entender, deve dar aos símbolos significados que suscitem a mesma resposta no seu auditório que a si mesmo. O processo de "exteriorização" do seu pensamento na linguagem está, em virtude da comunidade essencial de significado, sob o controlo do auditório. A socialização é acompanhada da revisão sistemática do significado. Quase nunca se produzem interpretações idênticas. Os escritos vão-se reinterpretando ao difundir-se através de auditórios com diferentes matizes de significado. Funcionalmente dir-se-ia que, no que respeita à comunicação, o leitor é um factor determinante naquilo que o pensador escreve (Mills, 1939: 678).

Em síntese, o que Mills propõe neste ensaio é estabelecer certas coordenadas para um enfoque sociológico do pensamento/reflexão e do conhecimento, concebendo conjuntamente o social e a consciência, a linguagem e o hábito social, o noético e o cultural (Mills, 1939: 680).

A crítica ao “empirismo abstracto” e o conceito de público

Em 1945, a entrada no BASR forneceu a Mills o ambiente ideal para prosseguir e aprofundar o seu trabalho de auto-reflexão crítica sobre sociologia. O BASR tornou-se uma experiência que lhe permitiu contactar com um tipo de investigação sociológica aí levada a cabo, bem como noutros centros de investigação nos EUA, que pouco ou nada tinha a ver com as suas convicções relativamente ao que deveria ser o projecto científico das ciências sociais, que via como empreendimento cultural e político comprometido com a vida pública. A investigação desenvolvida no BASR revelava, na sua opinião, um excesso de confiança nas aproximações estatísticas e uma tendência para esvaziar a investigação empírica de qualquer tipo de teorização. A proposta cultural que defendeu desde os seus primeiros ensaios e que enquadrou as reflexões que realizou sobre os mais diversos temas, da estrutura social e estratificação da sociedade norte-americana (Mills, 1948; 1951; 2000 [1956]: 298-324; Mills e Gerth, 1953) à crítica das instituições que condicionam a liberdade e a comunicação individual, do papel desempenhado pelos *media* na formação da opinião pública (Mills, 1963c [1950]: 577-598; 1963a [1954]: 353-373; 2000 [1956]: 298-324) ao “aparato cultural” (Mills, 1963b [1959]: 405-422), pode ser vista como uma crítica implacável às tendências dominantes da sociologia dos EUA ao longo daquele período.

Sabemos como a sua crítica a esta tendência de investigação social é sobretudo dirigida à sociologia. Segundo Mills, a prática científica sociológica estaria subordinada ao “empirismo abstracto” uma expressão de Mills para designar a produção de informação estatística abstracta acerca de uma série de indicadores. Todavia, Mills não circunscreve esta crítica apenas à sociologia, estende-a também ao caso específico da investigação sobre opinião pública. Na sua obra *Sociological Imagination*, afirma que esta área de estudo é uma das que mais teriam optado por estas metodologias ainda que não as associe a qualquer ideia que reequacione os problemas da opinião pública e da comunicação como um campo de estudos inteligível. A estrutura destas investigações ter-se-ia reduzido à simples resposta a um conjunto de interrogações: quem diz; o quê; a quem; com que meios; e com que resultados. Neste tipo de pesquisa, os conceitos de público e opinião nunca surgem

problematizados. O público é entendido como o grande número implicado, os sentimentos e respostas não individuais de um número significativo de pessoas. A opinião resume-se a questões locais, efémeras e tipicamente políticas, mas também a atitudes, sentimentos, valores e acções conexas. Neste modelo de análise social, a opinião é captada através da aplicação de questionários e entrevistas, mas também recorrendo a projecções e escalas (Mills, 1970 [1959]: 61-65).

O conceito de público que, como sabemos é central na teoria social norte-americana, em Dewey e Robert Park, é também fundamental para o seu estudo da sociedade dos EUA, surgindo ligado , em Mills, à influência dos *mass media*.

Em “Mass Media and Public Opinion” (1963c [1950]: 577-598), “Mass Society and Liberal Education” (1963a [1954]: 353-373) e “Mass Society” (2000 [1956]: 298-324) (que é praticamente uma súmula dos dois artigos anteriores) o conceito de público é trabalhado a partir da sua afinidade com o conceito de elite; e como o conceito de massa se contrapõe ao de público. Neste artigo, analisa a transformação da sociedade americana numa sociedade de massas e como os meios de comunicação, devido à sua forma de organização e funcionamento, jogam um papel central nessa mutação, em particular na formação da opinião pública. Nestes ensaios, encontra-se uma sociologia da comunicação e dos *media* conjugada com uma teoria da opinião pública que difere de forma radical da perspectiva da *mass communication research*.

Em “Mass Media and Public Opinion” (1963c [1950]: 577-598), Mills argumenta que a opinião pública norte-americana dos anos de 1940 e 1950, apesar de todas as suposições, não está completamente controlada e manipulada pelos meios de comunicação. Existem, segundo Mills, outro tipo de forças no interior do público que operam independentemente dos meios de comunicação, e que podem e por vezes se manifestam directamente contra as opiniões vinculadas por aqueles. No seu entendimento,

O público norte-americano tem uma autonomia de juízo e em muitas questões forma a sua própria opinião, sem estar direccionado por nenhum

centro ou autoridade salvo a sua própria soberania. No enorme fluxo de palavras, signos, imagens, sons e entretenimento, há muita coisa abertamente controversa, muita coisa que é crítica – não constitui apenas uma única imagem oficial e estandardizada do mundo; não reitera uma série fixa de normas sobre a realidade; contém diversas imagens que, numa escala considerável, competem entre si. (Mills, 1963c [1950]: 577-578).

Partindo do pressuposto segundo o qual a opinião pública existe quando os cidadãos (aqueles que não governam) de um país têm o direito de expressar opiniões políticas livre e publicamente, e o direito de que estas influenciem e determinem a política, o pessoal e as acções do governo, Mills advoga que existiu e existe uma opinião pública definida nos EUA. No entanto, acrescenta que o auge dos meios de comunicação de massas faz com que esse direito formal já não tenha o mesmo significado que possuía quando foi institucionalizado, porque o mundo dos panfletos é muito diferente do mundo da rádio, do cinema, mais fechado a quem não tem acesso fácil a ele. Com a nova situação, Mills reconhece que a questão da opinião pública se reveste de uma maior complexidade, pois diz respeito aos factos da opinião pública e de como o público forja a sua opinião, bem como das influências que actuam dentro deste e sobre ele.

Neste texto, Mills elabora uma teoria da opinião pública e das suas transformações. Numa síntese muito abreviada da sua argumentação, Mills interpreta a história da ideia de opinião pública desde o modelo político clássico liberal de democracia até as alterações operadas no conceito decorrentes da experiência dos regimes totalitários.

Nos “públicos primários”, os grupos de co-presença, qualquer um pode dar a opinião que entender e todos os que desejarem têm liberdade para o fazer. A crescente importância dos meios de comunicação de massas, em particular da rádio e do cinema, acompanha o aumento significativo da escala das instituições económicas e políticas e a secundarização crescente das relações face a face. As instituições recentralizam-se e tornam-se autoritárias; e os mercados dos meios ganham ascendente sobre o grupo primário. As oportunidades de responder, de forjar instâncias autónomas de opinião pública,

de efectivar a opinião através da acção estabelecem-se automaticamente pelas possibilidades institucionais da sociedade democrática. Como enfatiza Mills, o que está em causa neste modelo de opinião é uma concepção de autoridade alcançada por via da discussão e baseada formalmente na teoria de que a verdade e a justiça surgiram de alguma maneira da sociedade como espaço da discussão livre. “A autonomia destes círculos de discussão é um elemento crucial na ideia da opinião como legitimação democrática” (Mills, 1963c [1950]: 579-580). Concebido desta forma, o público é a esfera onde se tece o ideal democrático do século XVIII.

Na segunda etapa, que Mills identifica como tendo início no século XIX, a concepção clássica de opinião pública começa a ser atacada: todavia, só com a emergência dos regimes totalitários do século XX se formou uma concepção de público e de opinião pública alternativa. No entendimento de Mills, assiste-se a um movimento que parte de pequenas forças dispersas e do *laissez-faire* para poderes concentrados e para tentativas de controlo monopolista a partir dos centros de poder. Nos centros económicos ou de opinião, o poder passa a estar parcialmente oculto; são centros simultaneamente de manipulação e de autoridade.

O pequeno negócio que abastece um bairro é substituído pelo anonimato da empresa nacional; a influência pessoal da opinião entre o vendedor e o cliente é substituída pela publicidade em massa. O líder político adjudica o seu discurso a uma rede nacional e fala, com um toque pessoal, a um milhão de pessoas que nunca viu e nunca verá. Grupos inteiros de profissionais e indústrias passam a operar no "negócio da opinião", manipulando impessoalmente o público disponível. Se, na sociedade democrática do público primário, a competição entre ideias e opiniões acontece entre os indivíduos que sustentam as diversas concepções que servem os seus interesses e raciocínios, na sociedade de massas de mercado de meios, a competição produz-se entre o grupo de manipuladores com os seus meios de massa, por um lado, e o público que recebe as comunicações, por outro. A "resposta" do público é sistematicamente suprimida.

Assim, para Mills, na primeira metade do século XX, surgiu uma concepção de opinião pública como mera impressão ou como reacção (não se pode falar em "resposta") ao conteúdo dos meios de comunicação de massas. O público passa a ser concebido apenas como um conjunto de indivíduos passivamente expostos e indefesos às sugestões e manipulações daqueles meios. Mills sustenta que esta manipulação, operada a partir de pontos de controlo centralizados, constitui uma expropriação da informação e a mudança de opinião na qual participa a velha multidão de pequenos produtores e consumidores de opinião que operam num mercado livre e equilibrado. Neste contexto, as decisões já não são tomadas pelos cidadãos, mas por aqueles que exercem a autoridade, sendo depois projectadas pelos meios de comunicação de massas.

Com a autoridade centralizada, os manipuladores da opinião monopolizam primeiro os meios formais de comunicação e só depois tratam de estabelecer grupos de auditores e de leitores fervorosos. Unem os mercados de meios e os meios monopolizados para assegurar uma resposta disciplinada do público. Destas considerações, Mills extrai a ideia de que o público passou simplesmente a ser um auditório dos meios de comunicação e a opinião pública o resultado de impressão sobre os indivíduos isolados das comunidades estabelecidas pela rádio, a imprensa e o cinema, que sustentam as instituições de autoridade.

Mills considera que nos anos de 1940 se estava a erguer nos círculos intelectuais norte-americanos uma nova fase. Esta caracterizava-se por ser uma síntese das duas etapas anteriores, no sentido em que quer os meios de comunicação, quer a discussão, eram factores importantes para modificar a opinião pública. Estas duas forças impulsionadoras de mudanças de opinião podem, em diversas áreas e períodos, funcionar em conjunto ou conflituarem. Mills conclui que o público norte-americano não é nem uma dispersão de indivíduos com a sua opinião singular formada, nem uma massa arregimentada, manipulada por meios monopolizados de comunicação. O público norte-americano é uma rede complexa, informal de pessoas e pequenos grupos intermutáveis, em todos os níveis ocupacionais e de classe,

de opiniões e de informação exposto de forma diversa a diferentes tipos de meios de massas e a conteúdos distintos. Existem muitas influências que agem sobre esse público e essas massas e no seu interior; e há também muitas resistências e forças contrárias às diversas influências. A convicção de Mills é que, no tempo em que escreveu este ensaio, o contexto mais efectivo e imediato da opinião variável era o das pessoas que falavam informalmente umas com as outras.

Na derradeira parte de "Mass Media and Public Opinion", Mills reflecte sobre a capacidade dos receptores resistirem aos meios massivos. Vale a pena notar que este excerto é retomado de forma muito próxima em *The Power Elite*, num capítulo intitulado "The Mass Society" (2000 [1956]: 298-324)⁴, o que demonstra a persistência da sua análise. Mills mostra não partilhar a perspectiva – Charles Cooley é explicitamente citado – de que o aumento no alcance e volume dos meios formais de comunicação ampliariam e estimulariam o público dos grupos primários. Em última análise, para Mills, os veículos massivos de comunicação, mais do que ampliar e animar discussões dos públicos primários, contribuiriam sobretudo para os transformar num grupo de mercados para os meios de comunicação, numa sociedade de massas.

The Power Elite é um livro composto por quinze ensaios, no qual as suas palavras a respeito do papel dos *media* tornam-se particularmente incisivas:

À medida que a escala das instituições se amplia e centraliza mais, também se ampliam e intensificam os esforços dos que procuram determinar a opinião. Os meios para isso, na verdade, acompanharam, em alcance e eficiência, as outras instituições de maior escala que alimentam a moderna sociedade de massas. Assim, além dos seus meios de administração ampliados e centralizados, de exploração e violência, a elite moderna tem ao seu alcance instrumentos historicamente ímpares de controlo e manipulação psíquicos, que incluem a educação universal obrigatória e os meios de comunicação de massa (Mills, 2000 [1956]: 319).

Mills não se refere apenas à proporção superior dos que expressam opinião, em relação aos que a recebem, nem à banalização e padronização dos nossos

⁴ A teoria da sociedade de massas de Mills será prosseguida e enriquecida pela investigação seminal de William Kornhauser, *The Politics of Mass Society* (1959).

órgãos sensoriais através dos quais esses novos meios de comunicação lutam pela nossa “atenção”; está mais preocupado com as formas de “analfabetismo psicológico” por eles proporcionadas e que se expressam das mais diversas formas.

Os trabalhos de Mills do final da década de 1950 situam-se já num contexto de erosão do clima social de expectativa que irrompeu com o final da II Guerra Mundial. Observou-se a tendência para a internacionalização dos conflitos domésticos dos EUA e para o empenho deste país em acções continuadas de posicionamento ideológico perante o mundo exterior. Conflitos raciais sérios deflagraram também nos EUA na segunda metade da década de 1950. Apesar dos elevados índices de crescimento económico, que se mantiveram até 1965, os EUA enfrentaram crises económicas, embora de menor escala quando comparadas à Grande Depressão da década de 1930.

Neste período da sua teorização, os meios de comunicação são veículos de distribuição de fluxos informativos e notícias sobre o que ocorre no mundo, mas raramente permitem ao ouvinte ou espectador associar a sua vida quotidiana a esses acontecimentos. Mais do que conectar a informação que proporcionam sobre temáticas públicas com os problemas vividos pelos indivíduos, ou aumentar a percepção racional das tensões do indivíduo e da sociedade, o que os meios de comunicação fazem é distrair e obscurecer a oportunidade dos indivíduos compreenderem o seu mundo, atraindo a sua atenção para excitações artificiais que encontram sempre solução dentro da moldura do programa, seja por via da acção violenta ou pelo humor.

Noutro ensaio, "The Cultural Apparatus" (Mills, 1963b [1959]: 405-422), compõe uma mistura subtil e insinuante de explicações, que evocam noções do pragmatismo (as questões do significado e da interacção face a face) e do pensamento radical de cunho marxista (a dominação cultural), ao serviço do esclarecimento das condições que permitem observar a coincidência entre cultura e autoridade. Mills começa por sustentar que o ser humano habita num mundo em segunda mão, que a sua experiência do real é sempre indirecta e vai muito além da experiência pessoal e directa. A vivência quotidiana resulta,

assim, de uma selecção de significados estereotipados e é modelada por interpretações pré-fabricadas. As imagens que os seres humanos têm do mundo e de si mesmos é-lhes fornecida por uma variedade de testemunhos que lhe são estranhos (nunca os viu ou conheceu).

O aparato cultural são

todas as organizações e *contextos* nos quais se realiza o trabalho artístico, intelectual e científico e através dos quais esse trabalho é disponibilizado aos círculos, aos públicos e às massas. No aparato cultural, a arte, a ciência e o ensino, o entretenimento, o disparate e a informação são produzidos e distribuídos (itálico no original) (Mills, 1963b [1959]: 406).

Este congrega uma série complexa de instituições: escolas, teatros, jornais, agências de censos, estúdios, laboratórios, museus, revistas, estações de rádio, agências de informação e de entretenimento, objectos estimulantes, evasões, anúncios estridentes. No interior deste aparato, entropem-se entre os indivíduos e os acontecimentos, as imagens, os significados, os slogans, que definem o mundo no qual os indivíduos vivem, são organizados e comparados, mantidos e revistos, perdidos e apreciados, ocultados, desprestigiados e elogiados. Tomado na sua totalidade, o aparato cultural é a lente da humanidade através da qual os indivíduos vêem. É a fonte semi-organizada das suas identidades e aspirações. É a fonte da variedade humana – dos estilos de vida e das formas de morrer.

Conclusão

No pensamento Mills, a comunicação humana surge como processo social, interactivo, criativo e orientado para a partilha de sentido. Este entendimento levou-os, através de projectos distintos, a elaborarem reflexões que, implícita ou explicitamente, inflectiram os pressupostos sobre a comunicação e sua investigação por parte da *mass communication research*. Se esta se ocupou centralmente da análise da mudança de atitude, modificação do comportamento, influência social e escolhas individuais como resultantes da exposição aos *media*, o trabalho de Mills incidiu na relação entre comunicação

e cultura como universos que se alimentam reciprocamente. Enquanto as perspectivas e a metodologia da *mass communication research* tendiam a colocar os indivíduos e os grupos sobretudo como elementos do campo de observação das ciências, Mills procuraram enfatizar os aspectos criativos e culturais dos sujeitos na sua própria vida e no mundo.

Tentaram aproximar o estudo da comunicação do mundo do qual a pesquisa quantitativa dos efeitos dos *media* se tinha distanciado: a literatura, a arte e as formas expressivas e rituais da vida quotidiana (a religião, a conversação, o lúdico no seu sentido amplo...). A orientação da comunicação para a existência cultural na sua amplitude permitiu-lhes trilhar caminhos que anteciparam a tendência para reaproximar a investigação da comunicação de outras perspectivas, de tipo crítico, interpretativo e comparativo, que eram centrais na antropologia, nos estudos literários e no marxismo académico moderno.

Bibliografia

Fernandes, Heloisa R. (1985), "Mills, o sociólogo artesão", in *Wright Mills*. São Paulo: Editora Ática: 7-35.

Horowitz, Irving L. (org.) (1963), *Power, politics and people: The collected essays of C. Wright Mills*. Nova Iorque: Oxford University Press

Kornhauser, William. (1959), *The politics of mass society*. Glencoe, Illinois: The Free Press.

Mills, Charles W. (1939), "Language, logic, and culture", *American Sociological Review*, vol. 4, nº 5: 670-680.

Mills, Charles W. (1940), "Methodological consequences of the sociology of knowledge", *American Journal of Sociology*, vol 56, nº 3: 316-330.

Mills, Charles W. (1948), *The new man of power: American labor leaders*. Nova Iorque: Harcourt, Brace & Company.

Mills, Charles W. (1951), *White collar: The American middle classes*. Oxford, Nova Iorque: Oxford University Press.

Mills, Charles W. (1963a/1954), "Mass society and liberal education" In Irving L. Horowitz (org.). *Power, Politics and People. The Collected Essays of C. Wright Mills*: 353-373.

Mills, Charles W. (1963b/1959), "The cultural apparatus" In Irving L. Horowitz (org.). *Power, Politics and People*: 405-422.

Mills, Charles W. (1963c/1950): "Mass media and public opinion" In Irving L. Horowitz (org.). *Power, Politics and People The Collected Essays of C. Wright Mills*: 577-598.

Mills, Charles W. (2000/1956), "Mass society" in *The Power Elite*, Nova Iorque:Oxford University Press: 298-324.

Mills, Charles W. e Gerth (1953), *Character and Social Structure: The Psychology of Social Institutions*. Nova Iorque: Harcourt, Brace & Company.

Mills, Charles W. (1970/1959), *Sociological imagination*. Nova Iorque: penguin Books.

Park, Robert E. e Ernst Burgess (1979/1921), *Introduction to the science of sociology*, Chicago e Londres: The University of Chicago Press.

Pooley, Jefferson (2007), "Daniel Czitrom, James W. Carey, and the Chicago School", *Critical Studies in Media Communication*, vol 24, nº 5: 469-472.