

---

## A noção de cultura de massa <sup>1</sup>

Luiz C. Martino <sup>2</sup>  
Universidade de Brasília

### RESUMO

Massa é uma noção central dos estudos sociais, ela aponta a nova organização social – advinda com a Modernidade – em que os processos comunicacionais ganham acentuada relevância. O presente estudo mostra a evolução do problema através das teorias sociais e seu desenvolvimento com a teoria da comunicação. Traça um breve panorama que vai desde as primeiras manifestações enquanto fenômeno social no século XVII até chegar às massas virtuais. Discute diversas compreensões do termo, sua ascensão, esquecimento e sua recuperação com o ambiente virtual. Como conclusão, mostra como esta noção permite uma interlocução profunda com questões centrais da filosofia e a das ciências sociais, como o relacional.

**PALAVRAS-CHAVE:** epistemologia da comunicação, teorias da comunicação, conceito de massa, relacional.

### Introdução

A noção de massa ou de cultura de massa está associada ao contexto sociocultural em que prospera o uso dos meios de comunicação. Ela corresponde ao sistema social fundado nessas tecnologias. Não obstante a emergência das massas ser uma das características mais peculiares da Modernidade, e ter sido associada ao estudo da comunicação, como um de seus objetos de estudo (Wolf, 1985), há relativamente pouco material disponível sobre o tema.

Como explicar este baixo investimento em um tema central? De uma parte, há a crença de parecer inapropriado tomar um conceito de séculos passados para analisar fenômenos mais recentes, contudo vamos mostrar, contra esse preconceito, que o conceito de massa é um conceito bastante elucidativo da pertinência dos processos comunicacionais modernos. De outra parte, é preciso reconhecer que a noção ficou muito datada por concepções que haviam congelado o problema em algumas categorias econômicas ou políticas (consumismo, oposição entre alta e baixa cultura, manipulação...).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, email: [luizcmartino@gmail.com](mailto:luizcmartino@gmail.com)

---

Por isso nos pareceu importante retomar as acepções originais e as formulações mais seminais; discutir o aparecimento e a evolução da noção de massa e seu lugar central nas teorias da comunicação.

### **Filosofia e Ciências Sociais: as primeiras abordagens do fenômeno**

Provavelmente, devemos, a Charles Mackay as primeiras descrições das massas. Em *Memoirs of Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowds* (1851) ele reúne uma série de casos curiosos, episódios que poderiam compor peças literárias, se muitos deles não tivessem sido publicados em jornais, retratando um momento da vida cotidiana de sociedades reais. É o caso das primeiras bolhas financeiras ou da *Febre das Tulipas*, em que a sociedade é atravessada por ondas de comportamentos “enlouquecidos”, tomando de aflição grande quantidade de pessoas e formando multidões com unidade de ação.

Embora MacKay não proponha nenhuma teoria, algumas características gerais podem ser facilmente extraídas: o comportamento aparentemente irracional e a composição heterogênea das massas, independente de classes sociais, grau de instrução ou qualquer outro parâmetro de classificação social. Características que revolucionavam a análise social clássica, baseada em classes e indivíduos autodeterminados. Mas destaquemos a primeira delas, que nos leva ao coração do fenômeno das massas, pois o elemento “irracional”, a aparência de loucura das massas, dará lugar a análises mais finas, que buscam as motivações ou lógicas dos agentes sociais. Ou seja, seus comportamentos ganham inteligibilidade, passam a fazer sentido quando remetidos às percepções que têm do mundo. Por exemplo, como na sociologia compreensiva de Max Werber ou na Teoria das Representações Sociais, de Serge Moscovici.

Mas as primeiras formulações teóricas da problemática das massas são as de Gustave Le Bon (*Psychologie des foules*, 1895) e de Gabriel Tarde (*Les Lois de l'Imitation*, 1890)<sup>3</sup>. Ambas destacam a natureza afetiva do fenômeno, o contágio e a rápida disseminação. Le Bon acrescenta a questão de um líder, o qual catalisa e direciona a ação da massa para algum objetivo. Tal relação líder-massa, como outros elementos, já estava presente na vertente filosófica, pelo menos desde Nietzsche, que na década anterior já introduzira uma reflexão profunda sobre a formação do rebanho, a necessidade do líder

---

<sup>3</sup> Nesta mesma linha é preciso citar o importante trabalho de Elias Canetti, *Massa e Poder* (1960).

(designado como sacerdote). Um ponto que também chamou a atenção de Freud, que reagiu ao texto de Le Bon em *Psicologia de Massas e Análise do Eu* (1921) e de outros psicólogos, que também vão se interessar pela questão, descrevendo o vínculo líder-massas como um poder hipnótico ou carismático.

A convergência entre filosofia, psicologia e ciências sociais abriu espaço para reformular a visão sobre o ser humano: o indivíduo não é mais tomado como uma natureza humana, mas como produto da relação com outros, fruto de um ambiente social. Esta nova visão, com ênfase nas relações, irá se espalhar para todos os domínios do conhecimento, o que podemos chamar de um paradigma *relacional*.

Em termos de teoria da sociedade, isso significava um princípio de organização social imanente à própria sociedade. Pouco a pouco ia se esclarecendo o sentido de “irracionalidade” das massas, que na verdade seria a orientação da ação dos indivíduos não mais por valores eternos, autoridades, conhecimentos tradicionais... – mas pelo comportamento dos outros. Os indivíduos modernos tomam como referência o que os outros indivíduos fazem, como se vestem, o que pensam. Os valores nascem da dinâmica social, não estão presos às instituições.

As massas se movimentam tendo por referência a dinâmica social. De onde a pertinência dos meios de comunicação, como tecnologias capazes de viabilizar o acesso à dimensão coletiva, uma realidade ampliada não somente pela visibilidade trazida pelos meios de comunicação, mas por outros fatores (economia de mercado, padronização da educação, universalização dos valores...) que convergem e fortalecem a necessidade de conhecer e agir em um mundo integrado.

Este profundo e forte elo entre a estrutura social moderna e a necessidade de tecnologias da comunicação será, propriamente, o que aparece como objeto relevante para a formação do campo teórico da comunicação.

### **A Noção de Massa e o Campo da Comunicação**

A noção de massa está presente no que pode ser considerada a primeira teoria do campo comunicacional, a Teoria (da Agulha) Hipodérmica. Em sua extrema simplicidade ela mostra que teorias dos processos de comunicação aparecem articuladas à uma teoria da sociedade. No caso, a massa corresponde ao isolamento do indivíduo, no sentido que

---

este, ao cortar relação com a tradição, fica exposto às influências do presente, leia-se, aos fluxos comunicacionais gerados por meios de comunicação como a Imprensa e o rádio.

Segundo McQuail (1984), a teoria da comunicação é praticamente um desmentido da ação direta e forte dos meios de comunicação sobre os indivíduos. De fato, todas as correntes tratam de complexificar a relação com os meios, como por exemplo, a teoria dos Dois Estágios da Comunicação, que vai na direção oposta, postulando efeitos limitados, decorrente da ação de certos filtros sociais (o grupo). Nas correntes críticas, como se sabe, o conceito de cultura de massa foi substituído pelo de *indústria cultural* (Adorno e Horkheimer, *Dialética do Esclarecimento*) e Dwight McDonad (1953) com a ideia de um novo tipo de cultura, que inviabiliza a cultura superior. Enquanto que nos Estudos Culturais ele foi substituído pelo conceito de cultura popular e pela análise da contemporaneidade. Este último aspecto sendo compartilhado com as teorias com inspiração no pós-modernismo, que lhe imprimem uma conotação filosófica pós-metafísica, como no caso de Jean Baudrillard em *América*, curiosamente retornando ao um dos sentidos do termo na década de 1950, quando também era chamada de cultura americana (estadunidense), ou processo de americanização da cultura, o *American Way of Life*. Nos últimos anos, o conceito foi retomado por Sloterdijk, em *O Desprezo das Massas* (2002), que mostra a atualidade do tema.

O conceito de massa certamente ainda guarda toda sua força, especialmente se o dissociarmos de suas representações estereotipadas e o tratarmos não como um conteúdo, mas como uma cultura da transformação, indiferente a qualquer sistema de valores e que pode se adaptar facilmente às características do capitalismo sem, contudo, se confundir com ele, pois remete a estruturas mais profundas do que um modo de produção.

Entender a questão da massa como a questão do relacional coloca os processos de comunicação no centro da problemática. O que permite entender a singularidade os processos comunicacionais modernos, sua pertinência e eficácia, além de gerar um ponto de vista propriamente comunicacional.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, A.; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Jorge Zahar. Rio de Janeiro, 1985.

BAUDRILLARD, Jean. **Amérique**. Paris : Grasset, 1986.

CANETTI, Elias. **Massa e Poder**. Barcelona: [1960] 1981.

FREUD, S. **Psicologia das massas e análise do eu, e outros textos (1920-1923)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

LE BON, Gustave. **Psychologie des foules**. Paris : Félix Alcan, 1895.

MACDONALD, Dwight. A Theory of Mass Culture, **Diogenes**, n. 3, 1953, pp. 1-17.

MACKAY, Charles. **Ilusões Populares e a Loucura das Massas**. Traduzido de Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowds, 1841. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.

MCQUAIL, Denis. **Introducción a la teoría de la comunicación de masas**. Barcelona: Paidós, 1994, (3ª edición revisada y ampliada).

GROSSBERG, Lawrence. “Los estudios culturales como contextualidad radical”, in Grossberg, Lawrence. **Estudios culturales en tiempo futuro: cómo es el trabajo intelectual que requiere el mundo de hoy**. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2012.

SLOTERDIJK, Peter. **O desprezo das massas: ensaio sobre as lutas culturais na sociedade moderna**: São Paulo: Editora Estação Liberdade, 2002.