

Universidade de São Paulo
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas
Departamento de Sociologia

Da Dominação às Negociações

Em busca do referencial teórico dos Estudos de Recepção dos
meios de comunicação na América Latina

Celina Lerner

*Dissertação apresentada ao Programa de Pós-
graduação do Departamento de Sociologia da
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências
Humanas (FFLCH) da Universidade de São
Paulo (USP) para a obtenção de título de
Mestre em Sociologia*

Orientador: Prof. Dr. Sedi Hirano

São Paulo
2005

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Universidade de São Paulo
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas
Departamento de Sociologia

Da Dominação às Negociações

Em busca do referencial teórico dos Estudos de Recepção dos
meios de comunicação na América Latina

Celina Lerner

Orientador: Prof. Dr. Sedi Hirano

São Paulo
2005

A Mireille e Noemio Lerner, meus pais.

Agradecimentos

Agradeço aos meus amigos, que, embora dedicados a áreas de conhecimento distintas, contribuíram imensamente para manter-me em sintonia com o mundo sem perder-me em meus pensamentos durante essa longa jornada. Obrigada a Nahiran Caruzo, sua música, sua alegria, seu carinho e seu pronto-socorro de corpo e alma; a Gabriel Cepaluni, que mesmo de longe soube iluminar-me e ensinou-me muito sobre o fazer e o pensar acadêmico; a Ana Paula Leibrunder e nossas longas conversas; a Angel Luiz pelo carinho, paciência e apoio em todas as horas; a Janaina Soares e a Alexandre Geraldi, pela acolhida calorosa, sincera e fundamental para a concretização desta dissertação, a Sônia Gendelmann, por mostrar-me que a busca, mesmo sem fim, pode ser muito divertida; a Adriano Del'Valle, pela alegria e inquietação criativa, a Marcus Printup e sua fina percepção d'alma; a Valdemar Dallagnol Filho, Michelle, Simon e Oscar, por mostrarem que Brasil, China, Peru, o século XVI, o século XXI e muitas outras coisas estão muito mais próximas do que se pode imaginar; e a todos os amigos que fazem com que eu siga sempre acreditando.

Agradeço imensamente ao professor Sedi Hirano, cuja paciência só não supera sua sabedoria. Registro aqui minha admiração por este verdadeiro mestre. Agradeço também ao professor Mauro Wilton de Sousa, a quem recorri desde antes do projeto e de quem sempre recebi valiosas contribuições, além de muito incentivo.

Não poderia deixar de agradecer à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), que me proporcionou a oportunidade de dedicar-me integralmente ao desenvolvimento desta pesquisa.

Muito obrigada a todos.

"La parole est moitié à celui qui parle, moitié à celui qui l'écoute."

Michel Eyquem de Montaigne

Essais III, XIII : De l'expérience, 1580

Resumo

Buscamos, através da leitura crítica de textos emblemáticos, compreender o caminho percorrido pelo pensamento em Comunicação na América Latina até a constituição dos Estudos de Recepção, cujo principal referencial teórico é o livro **Dos Meios às Mediações**, de Jesús Martín-Barbero. Encontramos as origens do debate no texto "A Indústria Cultural, o esclarecimento como mistificação das massas" dos expoentes da Escola de Frankfurt Theodor W. Adorno e Max Horkheimer. Em seguida, destacamos a introdução de um novo olhar sobre a Cultura proposta pelos Estudos Culturais Ingleses, especialmente por Raymond Williams. Analisamos também a noção de espaço público, principalmente em Jürgen Habermas, que pauta o debate atual sobre sociedade, *media* e política na América Latina.

Abstract

Through a critical reading of emblematic texts, we recover the way of the thought on Communication in Latin America until the constitution of the Studies of mass media Reception (Estudos de Recepção), whose main theoretical referential is the book "Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations" of Jesús Martín-Barbero. We find the debate roots in the text "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" of the exponents of Frankfurt School Theodor W. Adorno and Max Horkheimer. After that, we apoint the introduction of a new point of view to the notion of Culture with the English Cultural Studies, especially with Raymond Williams. We also analyze the notion of public sphere, mainly by Jürgen Habermas, that guideline the ongoing debate on society, mass media and politics in Latin America.

Palavras-chave:

Estudos de Recepção, Sociologia da Comunicação, Mediação, Meios de comunicação de massa e América Latina.

Sumário

<u>INTRODUÇÃO</u>	9
PESQUISA EM COMUNICAÇÃO: PANORAMA ACADÊMICO	16
PENSAMENTO COMUNICACIONAL: PANORAMA TEÓRICO	23
<u>COMUNICAÇÃO, MERCADO E ARTE: ADORNO E HORKHEIMER</u>	36
DIALÉTICA DO ESCLARECIMENTO	37
INDÚSTRIA CULTURAL: ARTE E NÃO-ARTE	40
O RECEPTOR DE ADORNO E HORKHEIMER	48
RELATIVIZANDO	52
“A INDÚSTRIA CULTURAL” E SUA LEITURA LOCAL	53
<u>COMUNICAÇÃO, CULTURA E SOCIEDADE: RAYMOND WILLIAMS</u>	57
RAYMOND WILLIAMS	57
A FORMAÇÃO DOS ESTUDOS CULTURAIS BRITÂNICOS	58
CULTURA E SOCIEDADE	64
“CONCLUSÃO” DE CULTURA E SOCIEDADE	70
NOVOS <i>MEDIA</i>, DEMOCRACIA E COMUNIDADE	79
O PROJETO INTELECTUAL	84
<u>POPULAR, MASSIVO E HEGEMONIA: JESÚS MARTÍN-BARBERO</u>	88
JESÚS MARTÍN-BARBERO	92
DOS MEIOS ÀS MEDIAÇÕES	94
DO POPULAR AO MASSIVO	109
MEDIAÇÃO DE MASSA NA AMÉRICA LATINA	124
NAÇÃO E COMUNICAÇÃO DE MASSA NA AMÉRICA LATINA	127
MEDIAÇÕES	130
<u>MASS <i>MEDIA</i> E ESPAÇO PÚBLICO</u>	139
ESPAÇO PÚBLICO EM HANNA ARENDT	144
ESPAÇO PÚBLICO EM HABERMAS	145
OS <i>MEDIA</i>: AMPLIAÇÃO E ESVAZIAMENTO DA ESFERA PÚBLICA	148
<u>CONCLUSÃO</u>	155
<u>BIBLIOGRAFIA:</u>	163
<u>ANEXO</u>	172

Introdução

Os Estudos de Recepção dos meios de comunicação de massa constituem hoje, na América Latina, uma importante linha de pesquisa dentro do campo maior da investigação sobre os meios de comunicação. Seu surgimento e sua consolidação marcam uma operação de “deslocamento-metodológico para re-ver o processo inteiro da comunicação a partir de seu *outro* lado, o da recepção” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 28). Mais do que por compartilharem alguma linha teórico-metodológica, a unidade dos Estudos de Recepção deve-se antes a uma compreensão comum da própria noção de recepção dos meios massivos, vista não mais como a etapa final de um suposto processo linear de transmissão de mensagens em massa, mas como a interação entre público e meios de comunicação, ou como o processo de negociação simbólica e produção de sentido derivados dessa interação.

Com origens que remontam há estudos dispersos realizados há cerca de 20 anos, em sua maioria empíricos de caráter qualitativo, os Estudos de Recepção apresentam-se hoje de forma institucionalizada em grande parte dos países latino-americanos, ligados principalmente aos programas de pós-graduação das Escolas de Comunicação. Seu referencial teórico, porém, ultrapassa os limites da Comunicação como área do conhecimento e exige um esforço transdisciplinar que intenta abarcar teorias desenvolvidas em campos clássicos como a Sociologia, a Filosofia e a Semiologia no intuito de compreender a recepção enquanto elemento fundamental da dinâmica social. Para os Estudos de Recepção, é essencial a adoção de uma teoria mais geral sobre a sociedade, a partir da qual a relação entre indivíduos e meios de comunicação possa ser compreendida. A recíproca, acreditamos, também é verdadeira. Para uma teoria geral sobre as sociedades contemporâneas, a análise da relação entre indivíduos mediada pelos veículos de comunicação também se faz fundamental, principalmente a partir de meados do século XX e nesse início de século XXI com a expansão numérica e qualitativa dos meios de comunicação de massa em escala mundial, em especial o rádio, a televisão e, mais recentemente, a rede mundial de computadores, Internet. É nesse sentido que apresentamos esta dissertação, almejando contribuir tanto para a Sociologia quanto para Comunicação, através de uma busca pela compreensão da fundamentação

teórica dos Estudos de Recepção dos meios de comunicação na América Latina, procurando aclarar origens, identificações, contradições, paradigmas teóricos e modos de pensar que estão presentes e dão forma às atuais discussões sobre recepção.

Nosso principal referencial é a obra **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**, do filósofo e teórico da Comunicação espanhol radicado na Colômbia Jesús Martín-Barbero, considerada um marco da discussão teórica latino-americana em Comunicação e que proporciona um duplo reconhecimento aos Estudos de Recepção: primeiro, um auto-reconhecimento, aproximando investigações que se desenvolviam de forma dispersa e passam a identificar-se e a reconhecer-se mutuamente; e, segundo, o reconhecimento desses estudos no cenário acadêmico como uma nova linha de investigação.

Percorremos um caminho teórico através da leitura crítica de obras fundamentais na formação do *pensamento comunicacional* latino-americano e que aparecem, seja num confronto direto ou numa identificação temática, na obra de Jesús Martín-Barbero. Nos aproximamos da Sociologia do Conhecimento como proposta por Karl Mannheim, enquanto pesquisa, histórico-sociológica, que busca traçar as formas tomadas pela relação entre conhecimento e existência no desenvolvimento intelectual da humanidade (MANNHEIM, 1968, p. 286), mas restringimos nosso objetivo e aplicamos suas formulações a um universo muito menor: o do pensamento sobre comunicação, ou em palavras mais condizentes com Mannheim, do conhecimento científico ligado às Ciências Sociais e que se interessa pelas questões referentes aos meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea.

Nossa forma de acesso a esse pensamento é essencialmente o texto, a forma material consagrada de expressão do conhecimento científico. Nele, podemos buscar as condições de existências que afetaram sua gênese histórica e que "constituem uma parte essencial dos produtos do pensamento e se fazem sentir em conteúdo e forma" (MANNHEIM, 1968, p. 300). As raízes do conhecimento intelectual não estão restritas ao plano teórico, mas, ao contrário, sua forma e conteúdo muito devem à história individual e à posição de grupo de seu enunciador, constituindo mérito, "do ponto de vista sociológico, estabelecer

ao lado da gênese individual do significado, a gênese do contexto da vida de grupo” (MANNHEIM, 1968, p. 55). Buscamos, dessa forma, além de analisar textos que consideramos fundamentais na formação do pensamento latino-americano sobre comunicação, situar seus respectivos autores em seus contextos sócio-históricos.

Nossa busca, porém, não se restringe à investigação de como as condições de existência moldam o conhecimento dos homens, incluindo aí os homens de ciência. A matriz social do conhecimento, não é por nós desprezada, mas o interesse da presente dissertação vai mais além, ou melhor, é ampliado por uma compreensão da própria teoria enquanto objeto social. Intentamos compreender a dinâmica específica de formação do conhecimento científico, em especial num campo razoavelmente novo, o da Comunicação, em um continente cujas matrizes de pensamento nem sempre dizem respeito às suas próprias condições sócio-históricas. Descobrir a relação entre as condições históricas e situacionais que se encontram na gênese de um tipo de pensamento faz-se interessante para a compreensão da coerência entre forma, objetivos e o contexto em que uma teoria foi elaborada e até mesmo para o desvelar das escolhas que fazem com que determinados temas sejam abordados em detrimento de outros, mas isso somente ainda não é suficiente para explicar o porquê da adoção dessas teorias em situações temporal e geograficamente distantes das quais foram elaboradas.

O pensamento que embasa os Estudos de Recepção latino-americanos vem sendo gerido no próprio continente, mas sua discussão faz referências a debates cujas origens sociais remontam a cenários dos mais variados. É neste ponto que nossa reflexão vê-se obrigada a expandir as proposições de Mannheim e ultrapassar, sem abandoná-la, a questão da matriz social do conhecimento científico. Desvelar as condições materiais que condicionaram a produção de conhecimento científico sobre comunicação na América Latina, não garante a compreensão total da gênese dos debates que a mesma reflexão incorpora. Mas ao mesmo tempo, voltar a gênese de certas perspectivas não é só compreender suas origens, mas também uma forma de apontar previamente a que tipo de realidade elas dizem respeito e de que forma foram ou podem ser úteis para pensar questões semelhantes em realidades sócio-históricas distintas.

Após a definição de nosso objeto principal (as proposições teóricas com as quais os Estudos de Recepção dos meios de comunicação na América Latina se identificam), realizamos a análise do conhecimento científico encarado como fenômeno social de acordo com o seguinte modelo esquemático-metodológico:

Em primeiro lugar, localizamos as perspectivas ou linhas de pensamento predominantes entre os intelectuais do setor acadêmico interessados na comunicação de massa e que tiveram influência sobre a construção teórica com a qual os Estudos de Recepção identificam-se. Durante este movimento, observamos não só as idéias trazidas pelas teorias, mas principalmente sua adoção em virtude de um processo histórico relacionado com a dinâmica de “importação” de teorias, tradicional no subcontinente, e relacionado-o também com a forma organizacional institucional do trabalho acadêmico e com as aspirações dos cientistas sociais frente ao contexto político e social nacional contemporâneo ao período de maior penetração da teoria.

Não se trata, contudo, de um estudo “organizacional” do desenvolvimento científico, mas deixamos claro desde o princípio de que tipo de conhecimento estamos a tratar: o conhecimento científico em Ciências Sociais desenvolvido basicamente nos campos da Sociologia e da Comunicação em uma região “periférica” dentro do sistema global de produção de conhecimento acadêmico. Sendo assim, podemos delinear com clareza o cenário em que se desenvolve esse pensamento: a estrutura institucional das universidades e a dinâmica do relacionamento pessoal dentro da academia. De fato, o cenário institucional não é nosso foco central, mas seu delineamento mesmo que de maneira breve faz-se importante. O conhecimento científico, conforme encaramos, apresenta-se de maneira concreta dentro desse cenário que, em última instância, influencia a adoção dessa ou daquela teoria. Não são as teorias que se sucedem em uma relação abstrata no campo das idéias, elas são antes adotadas ou rejeitadas por uma comunidade científica. Há, sim, relações entre as idéias componentes deste ou daquele modelo teórico adotado, mas sua adoção diz respeito não só a suas propostas teóricas ou a sua coerência interna, mas principalmente a sua adequação ao modo legitimado de fazer ciência no campo abordado e aos anseios, sejam científicos, políticos ou pessoais, dos homens e mulheres que de fato fazem ciência. É também na organização institucional do fazer científico que

encontramos os fatores que dão permissão ou negam, talvez não de forma consciente mas efetivamente, o desenvolvimento de idéias que possam vir a ser a gênese de uma teoria original.

Em segundo lugar, identificamos dentro das perspectivas ou linhas de pensamento predominantes entre os intelectuais do setor acadêmico que nos interessa, os textos mais representativos, ou seja, aqueles que ao mesmo tempo sintetizam as propostas mais amplas de sua perspectiva e que tiveram maior penetração no cenário acadêmico local, tendo sido adotados como bibliografia nos cursos tanto de graduação quanto de pós-graduação e tendo pautado de alguma forma as investigações da área.

Os textos são a forma concreta de acesso às idéias, são a manifestação material das teorias, são o resultado formal de todo esse complexo processo de construção do conhecimento científico em que estão envolvidas questões que vão do plano abstrato das idéias, ao plano das crenças e subjetividades dos autores e de uma comunidade científica, passando pelas formas de legitimidade da ciência e pelas relações de trabalho. Além de serem a manifestação concreta dos elementos envolvidos em sua produção, sejam elementos teóricos ou empíricos, são os textos também o produto efetivamente consumido pelos outros participantes do processo de construção do pensamento científico, sejam eles pertencentes à mesma comunidade científica em que o texto foi produzido ou a realidades absolutamente distantes e distintas. Sendo assim, centramos, finalmente, nossa análise em torno de alguns textos considerados fundamentais e buscamos neles: a expressão do autor, ou a materialização de suas idéias; e a recepção desse mesmo texto no contexto latino-americano que nos interessa (neste ponto, nos auxilia também a materialização dessa leitura expressa nos comentários sobre estes mesmos textos realizados por autores locais).

No tocante à expressão do autor através do texto, a leitura crítica desse mesmo texto é capaz de nos fazer alcançar o debate teórico maior em que aquele se insere. Isso é feito pela identificação das questões que lhe são mais caras, do instrumental teórico – como o uso de determinado modo de análise ou abordagem do tema ou a utilização de certos conceitos –, e da perspectiva sociológica, como apontada por Mannheim, em que se enquadra. A organização

institucional em que o texto foi produzido também deve ser analisada numa perspectiva histórica que permita aferir suas influências na materialização do conhecimento científico. Dessa forma compreendemos um pouco mais o debate em que se insere o texto e a interação deste debate com outros. Também aqui devemos ter em conta as condições sociais e políticas do momento histórico em que se dá a produção do texto e que nele se refletem deixando transparecer não só a concretude da situação sócio-histórica na determinação das pautas de interesse como a posição política adotada pelo autor. A história de vida do autor, com a localização de sua posição de classe e sua relação com a comunidade acadêmica enquanto grupo social, também deve ser tida em conta na análise de sua expressão textual.

O texto, ao mesmo tempo em que é um produto acabado, é também o fragmento de pelo menos duas obras maiores: a primeira é composta por todos os outros textos produzidos pelo mesmo autor; e a segunda diz respeito à produção coletiva de uma linha teórica, que se apresenta de forma concreta nos textos deste e de outros autores que se identificam mutuamente. Não por acaso, essa identificação se dá normalmente entre intelectuais pertencentes a um mesmo grupo concreto de ação acadêmica como por exemplo os intelectuais da Escola de Frankfurt ou aqueles que se reúnem em torno do Centro de Estudos da Cultura Contemporânea de Birmingham. No tocante a nossa linha de interesse na América Latina, não encontramos instituição semelhante. A identificação se dá, na gênese, pelas condições de desenvolvimento científico em cada país se apresentarem de forma parecida e pelo compartilhamento de visões de mundo semelhantes por parte dos intelectuais envolvidos e, posteriormente, nas instituições de intercâmbio acadêmico. Lembramos, então em nossa análise do texto, de outros autores com quem o autor da obra analisada se relaciona.

Salientamos também que o que se pode aferir pela leitura imediata do texto são proposições pontuais. As expressões contidas no texto devem ser entendidas como concretizações de idéias relativas a um momento específico também no percurso intelectual do autor. As idéias de um determinado autor podem ser coerentes em sua totalidade, mas não são sólidas e tampouco estáticas, estando sempre em desenvolvimento, modificando-se, radicalizando-se, abrandando-se, definindo-se de forma mais clara ou adquirindo novas

dimensões. Devemos, portanto, para poder dizer algo mais abrangente sobre o pensamento do autor, ter em conta também o que foi produzido por ele sobre o referido tema antes e depois do texto analisado. Porém, nosso objetivo maior no presente trabalho não é aclarar todo o pensamento dos autores em questão. Podemos compreender que o que se apresenta textualmente não é a expressão acabada sobre determinado assunto, mas não devemos esquecer que é o texto, na forma como se apresenta concretamente, que é recebido nos mais diferentes cenários acadêmicos. Esclarecer, por exemplo, que uma certa noção utilizada no texto analisado foi revista e reformulada no decorrer do percurso intelectual do autor pode nos ajudar a compreender melhor as proposições do texto ou seu lugar dentro do desenvolvimento do pensamento do autor, mas pouco nos ajuda na compreensão da sua influência última no debate que nos interessa, uma vez que o acesso ao seu pensamento realiza-se forçosamente pelo texto e não pelo conjunto de total da obra do autor ou por alguma outra forma de explicação de suas idéias. Nosso intuito principal é a compreensão da fundamentação teórica dos Estudos de Recepção dos meios de comunicação na América Latina e, nesse ponto, é preciso atentar para a forma de recepção dos textos com os quais essa linha de pesquisa identifica-se ou confronta-se. De todo modo, para esclarecer principalmente as diferenças entre o pensamento do autor e sua recepção no contexto latino-americano, apontamos, mesmo que de maneira breve, algumas reformulações nas concepções apresentadas nos textos que realmente têm penetração no cenário acadêmico da Comunicação e que só podem ser aferidas a partir da leitura de outras obras não tão em voga.

Por último, observamos, no movimento de adoção de um texto como referencial teórico, a relação entre as idéias nele expressas e o contexto sócio-histórico em que se dá sua recepção. Para quem e para que servem as proposições de um texto, deslocado então de seu universo de origem, são os fatores que, juntamente com o preenchimento de certos requisitos de legitimidade acadêmica, determinam o sucesso da penetração de certa linha teórica entre os intelectuais responsáveis pela elaboração do conhecimento científico nas Ciências Sociais.

Essas são algumas das questões que se colocam quando se observa a relação entre conhecimento científico e realidade sócio-histórica, tanto no que diz

respeito às condições políticas e sociais em que se encontram os autores dos textos, quanto na forma concreta com que se apresentam as instituições acadêmicas e sua influência na produção do saber. Seguimos ainda nesta introdução com o delineamento do cenário acadêmico em que surgem os Estudos de Recepção, buscando relacionar a produção científica que se aproxima desta linha ao movimento histórico da constituição da Comunicação como campo disciplinar independente institucionalmente de disciplinas já clássicas nas Ciências Sociais. Traçamos também um panorama das teorias que foram adotadas como paradigmáticas na história recente do desenvolvimento do pensamento em comunicação na América Latina até a identificação dos Estudos de Recepção com uma discussão teórica realizada no cenário acadêmico local e com outro debate teórico diverso ainda de origem importada. A Ciência na forma institucionalizada tal qual se apresenta hoje surge na Europa e as Ciências Sociais se consolidam como tal a partir do final do século XIX. Produzir conhecimento científico fora das fronteiras geográficas européias, mas com pretensão de validade dentro desse modelo institucional, significa estar sempre a compreender as teorias fundamentais das Ciências Sociais, sem que estas compreendam completamente nossa própria realidade.

Pesquisa em Comunicação: panorama acadêmico

Desde o fim do século XIX há evidências de estudos latino-americanos sobre fenômenos da comunicação¹. Fora das universidades, agências privadas realizam, na primeira metade do século XX, sob a demanda dos veículos de comunicação emergentes, estudos de opinião pública, audiência dos meios de comunicação ou de persuasão dos consumidores. No caso brasileiro, por exemplo, um dos marcos cronológicos é a publicação, em 1945, da primeira sondagem eleitoral, realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE). As decisões sobre investimentos publicitários passam a ser respaldadas por essas pesquisas e os investigadores profissionais, geralmente ligados a carreiras de sociologia, política ou economia, dedicam-se a formular estratégias de *marketing* industriais ou político-eleitorais. Contribuem também para o desenvolvimento dessas pesquisas a consolidação do rádio como meio de

¹ Ver: José Marques de Melo (org.). *Inventário da pesquisa em comunicação no Brasil – 1883 – 1983*. São Paulo, PORT-COM/INTERCOM/ALAIC/CNPQ, 1994.

ampla penetração e o surgimento das primeiras emissoras de televisão. A fundação do *Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina* (CIESPAL), entre 1959 e 1960, no Equador, sob patrocínio da UNESCO, confere à pesquisa em comunicação uma nova fisionomia sob a égide da sociologia empírica e dos paradigmas teóricos norte-americanos. (MELO, 1992, pp. 5-8). As duas décadas seguintes, no Brasil são marcadas por um especial interesse da Sociologia pela comunicação de massa, primeiro encarando-a como mais um de seus objetos na análise de todo um contexto social – como, por exemplo, a relação entre os *media* e a situação de dependência dos países periféricos –, e, em seguida, tomando-a como um objeto central de análise². O trabalho do sociólogo Gabriel Cohn (1973), da Universidade de São Paulo, representa um esforço pioneiro de sistematização teórica para uma abordagem de caráter científico e crítico da comunicação enquanto objeto central da Sociologia. Ainda na década de 1970, desenvolvendo análise mais voltada para o contexto nacional e para gêneros televisivos específicos, desponta a preocupação com o pólo da recepção nos trabalhos de Sonia Miceli (1974) e Sérgio Miceli (1982), também do departamento de Sociologia da Universidade de São Paulo, e de Nelly Camargo (1972) e Sarah Chucid Da Viá (1977), da Escola de Comunicações e Artes da USP. A relação da cultura popular com outros *media* que não a televisão aparece também nos trabalhos de Miriam Goldefeder (1980), do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade de Campinas (Unicamp), de Ecléa Bosi (1972), do Instituto de psicologia da USP, e de Luiz Augusto Milanese (1978), da Escola de Comunicações e Artes da USP, entre outros. As décadas posteriores foram marcadas pela produção de pesquisas isoladas na área da Sociologia da Comunicação seguindo enfoques teóricos variados como: análise de conteúdo

² Maria Arminda do Nascimento Arruda aponta a Sociologia da Comunicação como uma área de desenvolvimento recente no país, em finais da década de 1970, e destaca os seguintes trabalhos na área: COHN, Gabriel. *Sociologia da Comunicação: Teoria e ideologia*. São Paulo: Editora Pioneira, 1973; BOSI, Ecléa. *Cultura de massa e cultura popular. Leituras de operárias*. Petrópolis: Vozes, 1972; MICELI, Sérgio. *A noite da madrinha*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1972. MIRANDA, Orlando. *Tio Patinhas e os mitos da comunicação*. São Paulo: Editora Summus, 1976; CALDAS, Waldenir. *Acorde na aurora. Música sertaneja e Indústria Cultural*. São Paulo: Editora Alfa-Omega, 1978; SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala (função e linguagem da televisão no Brasil)*. Petrópolis: Vozes, 1977. SCAVONE, Lucila; BELLONI, Maria Luiza e GARBAYO, C. Sarmento. *A dimensão política da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1975; VIÁ, S. Chucid da. *Televisão e consciência de classe*. Petrópolis: Vozes, 1977; MEDINA, C. de Araújo. *Notícia: um produto a venda (jornalismo na sociedade industrial)* São Paulo: Alfa-Omega, 1978; GOLDFEDER, Miriam. *Por trás das ondas da rádio nacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981. Acrescentamos a essa lista o próprio trabalho de Arruda (2003), *A embalagem do sistema: a publicidade no capitalismo brasileiro*, apresentado como

ideológico, representação de gênero, classe, faixa etária ou etnia, consumo e programas de TV, a esquerda e a mídia, o papel político dos meios de comunicação de massa, representações da violência, campanhas políticas, audiência e recepção³.

Paralelamente, a configuração dos estudos de comunicação como um campo disciplinar autônomo inicia-se de forma incipiente na década de 1940, pouco depois da instalação dos primeiros cursos universitários de formação de jornalistas⁴. Ali, os primeiros estudos realizados pelos docentes seguiam paradigmas convencionais da História e do Direito, fundamentados na Europa ou nos Estados Unidos. (MELO, 1992, p. 5). Com a ampliação das faculdades de jornalismo, que passam, já nos finais dos anos 1960, a abrigar outros cursos ligados a distintas práticas profissionais em comunicação social (como relações públicas, publicidade e propaganda, rádio e televisão e cinema), e com a criação dos cursos de pós-graduação⁵, os estudos em Comunicação conquistam legitimidade institucional e espaço privilegiado na vida acadêmica latino-americana.

Verificamos dois movimentos de suma importância para a caracterização de nosso principal foco de interesse, os Estudos de Recepção, na dinâmica de constituição institucional do campo disciplinar da Comunicação: primeiro, o processo todo foi marcado pela construção de vias de intercâmbio intelectual entre os países latino-americanos, com a criação de redes como a Associação Latino-americana de Investigadores da Comunicação (ALAIIC)⁶ e a Federação

tese de mestrado no departamento de Sociologia da Universidade de São Paulo em 1978 e publicado como livro na década seguinte.

³ Para um panorama dos principais estudos sobre comunicação em ciências sociais em geral ver: HAMBURGUER, Esther I., *Indústria Cultural Brasileira (Vista Daqui e de Fora)*, in: MICELI, Sergio: *O Que Ler na Ciência Social Brasileira 1970-2002*. V.4., São Paulo: ANPOCS: Editora Sumaré – 2002.

⁴ A primeira faculdade latino-americana de jornalismo foi fundada na Argentina em 1934, os demais países implantam cursos de jornalismo a partir da década de 1940.

⁵ No Brasil, os primeiros cinco cursos de mestrado em Comunicação (ou Comunicação Social ou Ciências da Comunicação) foram instituídos entre os anos de 1970 e 1978. O primeiro curso de doutorado na área do país data de 1978.

⁶ “A criação da ALAIIC, em 1978, representa um passo adiante para a consolidação da escola latino-americana de pesquisa em comunicação”. Não obstante surgisse num momento crítico, quando se aguçavam as contradições históricas, é impulsionadora de trabalho produtivo, realizando fóruns internacionais que deram sustentação ao movimento pela construção de políticas democráticas de comunicação. De alguma forma “reverte a tendência de valorização exclusivas das correntes sedimentadas nos países europeus e norte-americanos” (MELO, 1992, pp. 7- 8)

Latino-americana de Faculdades de Comunicação Social (FELAFACS)⁷, entre outras; e, em segundo lugar, um deslocamento no desenvolvimento do *pensamento comunicacional* que acompanhou a nova configuração institucional acadêmica, apontando para uma relativa diminuição do interesse pelo assunto comunicação de massas nos Departamentos de Sociologia frente ao incremento das pesquisas nas Escolas de Comunicação. Esse “deslocamento institucional” do interesse pela comunicação não representa uma ruptura abrupta entre a pesquisa em Comunicação e a Sociologia, entendida como a ciência social que nasce e desenvolve-se com as realizações e os dilemas do mundo moderno na tentativa de explicá-lo, como bem definiu Octávio Ianni (1989). As linhas teóricas que fundamentam o pensamento tradicional das ciências sociais continuam presentes nos novos estudos de comunicação, mas sua leitura sofre alterações quando o interesse torna-se muito mais específico. Embora o estudo de comunicação social tenha sido encampado num primeiro momento por pesquisadores na maior parte procedentes de setores acadêmicos tradicionais, fora dos domínios das disciplinas clássicas das Ciências Sociais, o *pensamento comunicacional* em geral e os Estudos de Recepção em particular, ao mesmo tempo em que fragmentam o objeto e especializam-se, desenvolvem-se sobre bases teóricas das mais diversas. A comunicação, que antes era entendida como um assunto vital para a compreensão da constituição da sociedade, torna-se ela mesma interesse da investigação que tenta compreendê-la, seja enquanto sistema industrial, enquanto espaço de atuação política, enquanto prática profissional, processo de interação simbólica ou mesmo enquanto objeto que merecesse a construção ou defesa de um território disciplinar próprio. Nas teses que se preocupam com a questão popular, por exemplo, há uma certa diversidade temática e metodológica: “existem estudos documentais/históricos, estudos de caso, pesquisas que se utilizam de técnicas quantitativas e pesquisas que se utilizam da semiologia” (ESCOSTESGUY, 1993, p. 22). Ampliando-se as preocupações acerca dos *media* e, conseqüentemente, o referencial teórico, surgem novas possibilidades e novos pontos de vista para se explorar o objeto *comunicação*. Mas, em contrapartida, o que se ganha em variedade de fontes teóricas, perde-se em profundidade de leitura. A “disciplinarização”, isto é, “a construção e defesa de um território delimitado e relativamente fechado para

⁷ A FELAFACS foi criada em 11981 e é hoje um organismo internacional não governamental que agrupa mais de 300 escolas de Comunicação, pertencentes a universidades de 21 países da América Latina.

controlar os processos de produção e reprodução de saberes acadêmicos”, da Comunicação não é acompanhada pela solução dos problemas de legitimação social e epistemológica, como comenta o investigador mexicano da comunicação Raúl Fuentes Navarro:

“... os processos de institucionalização, social e cognoscitiva do campo acadêmico da comunicação na América Latina têm se desenvolvido mantendo e reforçando uma **desarticulação múltipla**, que aos problemas ‘importados’ dos Estados Unidos soma problemas muito próprios. O principal é confundir, como sintetizou Jesús Martín-Barbero, as condições de desenvolvimento dos mercados profissionais, com as exigências de um campo intelectual. A formação profissional, ao extremar seus traços de disciplina, fragmenta-se ou especializa-se funcionalmente (...). A teoria não pode segmentar-se assim sem perder poder explicativo.” (NAVARRO, 2003, p. 35)

Os Estudos de Recepção aparecem nesse cenário como mais uma vertente do interesse dos pesquisadores em comunicação⁸ (ou comunicadores disfuncionais, como diria Raúl Fuentes Navarro). No Brasil, desde a década de 1980, observa-se o desenvolvimento de pesquisas de caráter empírico qualitativo, influenciadas por trabalhos pioneiros realizados tanto por sociólogos, como apontamos anteriormente, quanto por comunicadores, como trataremos mais detalhadamente no capítulo sobre Jesús Martín-Barbero. Na Colômbia, no México e no Chile, entre outros, a preocupação com a recepção apresenta-se, já em finais dessa mesma década, de forma institucionalizada, com a formação de equipes de pesquisa multidisciplinares⁹. De forma distinta, as investigações brasileiras sobre recepção não se desenvolvem em centros de pesquisa ou projetos unificados, mas de forma isolada ou em torno da figura de docentes que se dedicam ao tema, entre eles destacam-se na atualidade: Mauro Wilton de Souza¹⁰ e Maria Immacolata Vassalo de Lopes, da Escola de Comunicações e

⁸ Encontramos também em psicologia, educação e antropologia trabalhos preocupados com a questão da recepção dos meios de comunicação de massa, no Brasil, nos últimos 30 anos. Mas nenhuma dessas disciplinas desenvolveu tão profunda e sistematicamente estudos neste campo.

⁹ “São os casos dos projetos sobre telenovela na Colômbia (Martín-Barbero, 1987) e no México (González, 1991), o de educação para a recepção ativa no Chile (Fuenzalida, 1987) e o de crianças e televisão no México (Orozco, 1992), entre outros” (LOPES, 1994, p 179).

¹⁰ Coordenador do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos, da ECA/USP, responsável pela revista “Novos Olhares”, editada desde 1998.

Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP); Nilda Jacks¹¹, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (FABICO/UFRGS); Itania Gomes, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (FACO/UFB); e Silvia Boreli, do departamento de Antropologia da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), entre outros.

A desarticulação institucional que se reflete numa fragmentação dos referenciais teóricos e das metodologias utilizadas começa a ser superada no Brasil na virada da década de 1990. Uma boa amostragem da produção científica da área, cujo volume de trabalho vem mantendo-se constante, apresenta-se anualmente no Grupo de Trabalho Mídia e Recepção do congresso nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)¹². É também na década de 1990 que os Estudos de Recepção começam a assimilar um novo referencial teórico de origem latino-americana, “cujo foco é o espaço cultural do receptor, ou seja, o papel das mediações na configuração das relações com os meios de comunicação e não apenas as indicações de sua influência ideológica, das leituras diferenciadas de seus discursos ou da não passividade do receptor” (Jacks, 1999, 171-173).

Os Estudos de Recepção realizam-se predominantemente em forma de pesquisas empíricas de caráter qualitativo, cuja metodologia varia desde o que se costumou chamar de etnografia da recepção, a entrevistas em profundidade, grupos de discussão, observação participante, histórias de vida, psicodrama e análises semióticas das apropriações e narrações que fazem os receptores. Esse modo de aproximação do objeto de estudo possibilitou aos investigadores ir construindo categorias analíticas de caráter teórico a partir de estudos empíricos

¹¹ Nilda Jacks vem realizando trabalho de catalogação e sistematização dos estudos de recepção num projeto de pesquisa intitulado: “O campo da recepção e a produção brasileira na década de 1990”, além de atuar como pesquisadora participante de grupos de estudo no Sul do país e de coordenar Grupos de Trabalho sobre recepção em congressos internacionais e nacionais.

¹² Na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), o GT Comunicação e Recepção foi fundado em 1990 e existiu por mais de uma década; na Compós, o GT Televisão e Audiência, fundado em 1992, passa-se a chamar-se Mídia e Recepção a partir de 1996 e reúne-se até hoje mantendo uma média anual de 25 inscritos. Levantamento detalhado do Histórico do GT Mídia e Recepção, assim como acesso a alguns textos apresentados recentemente, pode ser encontrado em: <<http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/>> - acessado em 03/2005.

concretos¹³. Os focos das pesquisas variam, mas alguns temas têm sido abordados com maior constância, entre eles: a relação entre crianças e televisão, com especial atenção ao processo de aprendizagem; a recepção da telenovela, onde desponta a preocupação com a questão de gênero; mídia e violência; cultura regional e mídia de massa; e as novas configurações do *espaço público midiático*. A proposta sintetizada por Jesús Martín-Barbero, ir “dos meios às mediações” , como veremos mais detalhadamente em capítulo específico, veio ao encontro do que vinha sendo produzido de modo disperso e proporcionou, além de uma identificação mútua entre os pesquisadores que já observavam o processo de comunicação a partir da recepção, o reconhecimento acadêmico dos Estudos de Recepção como linha de investigação original.

Os Estudos de Recepção tornam-se, então, uma importante linha de pesquisa sobre comunicação, cujas preocupações centrais mantêm-se até hoje na pauta do dia dos investigadores interessados na compreensão da relação entre meios de comunicação e sociedade a partir dos processos de produção de sentido característicos de determinada cultura. A produção acadêmica brasileira especificamente e a latino-americana de modo geral ainda estão por ser analisadas de forma mais sistemática. No final de 2004, a ALAIC dedicou uma edição especial de seu boletim¹⁴ aos Estudos de Recepção. Nele, investigadores da Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, El Salvador, México, Porto Rico, Peru e Uruguai traçam mapas atuais dos Estudos de Recepção em seus respectivos países e mostram que a produção acadêmica nessa linha de estudos continua em pleno desenvolvimento. No levantamento brasileiro, Nilda Jacks identifica mais de 50 trabalhos que abordam a temática da recepção ou das audiências desenvolvidos em programas de pós-graduação na década de 1990. Atualizando o levantamento seguindo a mesma metodologia, encontramos 150 trabalhos acadêmicos que envolvem a recepção dos meios de comunicação entre os anos de 1991 e 2003¹⁵. Os anos recentes são marcados pelo surgimento de novas perspectivas e pelo alastramento dos Estudos de Recepção para outros

¹³ Algumas das categorias mais nítidas e férteis surgidas a partir das pesquisas empíricas, segundo o pesquisador mexicano Guillermo Orozco Gómez, são as “estratégias de recepção”, as “comunidades de apropriação”, os “cenários de recepção” e os “guias mentais” (Orozco, 1996), assim como os “usos sociais” da televisão (Martín-Barbero e Muñoz, 1992) e as “confrarias das emoções” (González, 1998).

¹⁴ Ver: < <http://www.eca.usp.br/alaic/boletim20/boletim20.htm> > - acessado em 07/2005.

¹⁵ Ver levantamento anexo a esta dissertação.

campos disciplinares, principalmente para a Sociologia, a Antropologia e a Educação, com destaque para esta última. São exemplos da preocupação com essa linha específica de estudos dentro da Sociologia os trabalhos de Veneza Mayora Ronsini (2004), um estudo de recepção televisiva apresentado como tese de doutoramento no departamento de Sociologia da USP no ano 2000, e o estudo teórico de Liráucio Girardi Júnior (2004) sobre a constituição dos “chamados Estudos Latino-americanos de Comunicação” através da proposta de economia das trocas simbólicas de Pierre Bourdieu, apresentando no mesmo departamento também como tese de doutoramento em 2004. Destacamos a densa etnografia realizada por Andréa Baltazar (2003) numa comunidade rural no intuito de compreender sua relação com a recepção televisiva, apresentada como tese de doutorado no departamento de Antropologia da USP em 2003.

Mais uma prova da atualidade dos Estudos de Recepção é o esforço de sistematização da área que está sendo realizado por pesquisadores de toda a América Latina, sob coordenação do mexicano Guillermo Orozco, na constituição do extenso levantamento “O Estado da Arte dos Estudos de Recepção” que tem publicação prevista para 2006.

Pensamento Comunicacional: panorama teórico

De cada 100 domicílios brasileiros, 87 possuem pelo menos um aparelho de televisão, segundo levantamento do IBGE de 1999¹⁶. Considerando-se apenas a região metropolitana de São Paulo, essa porcentagem sobe para 93,5% de acordo com a Pesquisa de Condições de Vida de 1998 da fundação Seade¹⁷. A televisão está no Brasil há pouco mais de 50 anos e sua expansão constitui um dos fenômenos sociais mais rápidos e de maior impacto na organização dos fluxos de informação e do próprio cotidiano das sociedades brasileiras.

A expansão dos meios de comunicação de massa e seus efeitos sobre a sociedade já preocupavam a sociologia antes mesmo do advento e expansão da

¹⁶ Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD 1999 - IBGE.

¹⁷ O número de domicílios com televisão na região metropolitana de São Paulo pode ser ainda maior, uma vez que essa proporção diz respeito apenas aos domicílios com pelo menos um aparelho de televisão em cores. 10,1% das casas têm pelo menos um aparelho preto e branco. Além disso, é possível ter contato com o conteúdo televisivo sem necessariamente possuir-se um aparelho de TV.

televisão. Sociólogos norte-americanos e europeus tratam da questão da comunicação de massa, a partir de diferentes enfoques, pelo menos desde meados da década de 20 do século XX. Passamos aqui em breve revisão aos principais referenciais teóricos surgidos em diferentes contextos sócio-históricos e que fazem referência a debates intelectuais dos mais distintos, mas que marcaram o desenvolvimento do pensamento comunicacional latino-americano no último meio século.

Em 1947, Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, dois dos maiores expoentes da Escola de Frankfurt, publicaram “Dialética do Esclarecimento”, trabalho em que formulam pela primeira vez a noção de Indústria Cultural. Tomando como ponto de partida, principalmente, a presença crescente do cinema, do rádio e das revistas no cotidiano, os autores demonstram como a dinâmica do modo de produção industrial da sociedade capitalista extrapola os limites do mundo do trabalho e dita regras em outros campos da vida social, como na cultura, com conseqüências drásticas para a formação intelectual e social dos indivíduos. A indústria cultural tende a simplificar seus produtos transformando-os em simples fonte de diversão, em detrimento da cultura, e provocando “a atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural”.

O grande trunfo da indústria cultural está no fato de que a dominação se dá ao mesmo tempo em que se fabrica a ilusão de respeito à liberdade de escolha, uma vez que as mais íntimas necessidades do consumidor também são fabricadas pela indústria cultural. Os meios de comunicação de massa a serviço da indústria cultural compõem as formas mais refinadas de controle dos indivíduos e da perpetuação da lógica do mercado e das condições sociais geradas pela dominação. Com inspiração marxista, os autores frankfurtianos desenvolvem o conceito de sociedade administrada, caracterizada pela subjugação da liberdade e do prazer ao reino da necessidade, onde “quem pensa opõe resistência. É mais cômodo seguir a corrente, por mais que aquele que o faz se diga contra a corrente” (ADORNO, 1995 b).

Ao mesmo tempo em que os frankfurtianos, já nos Estados Unidos, desenvolviam teorias sobre a dominação onipotente da Indústria Cultural através

de trabalhos fortemente influenciados por suas experiências na Alemanha tomada pelo nazismo, difundido graças à propaganda de massa; sociólogos norte-americanos realizavam pesquisas com orientação completamente distinta no campo da sociologia da comunicação. Enquanto os primeiros enquadram-se na perspectiva da chamada Teoria Crítica, os norte-americanos organizam seu pensamento sobre comunicação social sobre bases funcionalistas. Em 1948, Harold Lasswell, professor da faculdade de direito da Universidade de Yale, elabora uma fórmula matemática da comunicação, que até hoje tem sido amplamente aceita pelos estudiosos da área: "Quem, diz o quê, em que canal, a quem, com que efeito. Introduzindo a questão sobre quem é o emissor e quem é o receptor e, principalmente, perguntando-se sobre o efeito da comunicação e não simplesmente pressupondo-o como dado, essa "fórmula matemática" significou um avanço ao modelo mecanicista de estímulo-resposta da Psicologia Condutivista ou da linha de estudos predominante dos EUA até a década de 1930 conhecida como teoria da "agulha-hipodérmica", que entendia que as mensagens dos meios de comunicação de massa atingiam a audiência de forma absolutamente imediata, como drogas injetadas sob a pele. Porém, permanece em Lasswell a concepção instrumental dos processos comunicativos e uma certa crença na superioridade do poder dos meios que se reflete em sua opção pela análise de conteúdo como forma de acesso ao processo inteiro da comunicação. Paul F. Lazarsfeld, Elihu Katz e outros desenvolveram pesquisas empíricas voltadas para audiência sobre a influência dos meios de comunicação de massa no processo de tomada de decisões (CARDOSO, 2004). Em um texto preliminar publicado primeiramente em 1948, Lazarsfeld e Robert K. Merton, um dos maiores sociólogos funcionalistas norte-americano, demonstram a preocupação com o estudo das funções e disfunções dos meios de comunicação de massa na sociedade: "O estudo das cruzadas empreendidas pelos *mass media* muito auxiliaria na resposta a questões básicas sobre as suas relações com a ação social organizada. É essencial saber, por exemplo, até onde a cruzada serve de centro organizatório para indivíduos que, de outra forma, seriam não-organizados. A cruzada pode operar de forma diversa nos diferentes setores da população" (MERTON e LAZARSELD, 1969, p. 111). As pesquisas empíricas desenvolvidas posteriormente, como o trabalho *The People's Choices*, de Lazarsfeld e equipe, sobre influência da propaganda na decisão do voto, apontavam para um receptor não tão submisso aos desmandos dos meios, mas

que se apropriava das mensagens que reforçavam seu modo de pensar já construído e ignorava as mensagens que não lhe eram interessantes. Mais influentes do que os meios de comunicação de massa, eram as pessoas com as quais o indivíduo mantinha relações de confiança: os formadores de opinião. Desenvolvia-se aí o modelo de fluxo comunicativo em duas etapas (*two step flow of communications*).

Em vários países da América Latina, entre eles o Brasil, a metodologia funcionalista norte-americana foi tendência majoritária na sociologia tanto nos estudos específicos sobre comunicação quanto nos estudos mais gerais sobre cultura até pelo menos o final da década de 1960. Embora seja uma das linhas teóricas que primeiro demonstram uma preocupação constante com as audiências, não é no paradigma funcionalista que os Estudos de Recepção dos meios de comunicação encontram sua gênese teórica. A principal diferença entre as duas linhas de pensamento reside no fato de que para os Estudos de Recepção Latino-americanos “a recepção não é apenas uma *etapa* do processo de comunicação. É um lugar novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 39). Martín-Barbero enxerga no funcionalismo uma concepção da comunicação puramente instrumental, em cujo modelo mecânico não há espaços para verdadeiros atores nem para verdadeiros intercâmbios. Além disso, apesar de aprofundar a visão sobre os meios de comunicação a partir da assunção de certos graus de complexidade do processo e de suavizar a relação sempre funcionalmente positiva entre os elementos constituintes da sociedade, com o desenvolvimento de noções como disfunção, função latente e função manifesta, os avanços teóricos de Merton, Lazarsfeld, Lasswell e outros “não absolvem o funcionalismo de sua ‘armadilha’ metodológica no sentido de excluir sistematicamente os elementos de mutação, conflito, pólos contrários e superação do sistema. (...) o funcionalismo no contexto dos EUA procura, na sua cientificidade, a legitimidade do sistema social capitalista industrializado, tendo em vista sua perpetuação e funcionalidade” (CARDOSO, 2004).

A partir do final da década de 60, adoção de modelos funcionalistas causava um certo incômodo na nova geração de cientistas sociais. Diante do momento político, da dominação por um regime militar autoritário, a adoção das

teorias funcionalistas norte-americanas era sentida como ausência de crítica ao sistema político-econômico vigente. Foi nesse cenário, em que a linha teórica dominante nas universidades não era capaz de responder às inquietações dos cientistas sociais, que os textos dos autores frankfurtianos – citados acima e analisados mais detalhadamente no primeiro capítulo desta dissertação – foram lidos e incorporados ao fazer científico brasileiro. A teoria crítica representava muito mais do que uma opção teórica para a análise de um objeto, mas antes de mais nada, uma tomada de postura crítica que os estudos de caráter funcionalista pareciam não proporcionar. A análise frankfurtiana permitia desvendar as artimanhas do sistema e despertava para uma observação mais crítica do que simplesmente explicativa. É na perspectiva crítica de análise, ou melhor, num debate com ela, que encontramos as origens das primeiras preocupações teóricas dos Estudos de Recepção expressas por Martín-Barbero.

Análises dos meios de comunicação de massa com base teórica frankfurtiana continuam a ser desenvolvidas nas universidades brasileiras na atualidade, mas os estudos em comunicação passaram a beber em fontes teóricas de origem variada, principalmente a partir da década de 1980. Entre outros fatores, com a consolidação da Comunicação como um campo disciplinar autônomo, a onipotência dos meios de comunicação e certos pressupostos dos paradigmas teóricos dominantes, como a implacabilidade da dominação ideológica, começam a ser questionados em toda a América Latina. Nesse cenário, a recepção das idéias do pensador italiano Antônio Gramsci foram essenciais para a realização do deslocamento, dentro do paradigma marxista, da questão da Ideologia como dominação estruturalmente determinada, para a questão da Hegemonia como processo de negociação. A noção gramsciana de hegemonia possibilita pensar os membros das classes populares, não como meros consumidores passivos do que se passa nos meios de comunicação ou como objetos da manipulação da classe dominante, mas, ao contrário, como sujeitos atuantes na esfera cultural. É explorando as brechas no processo de dominação abertas pela noção de hegemonia, e sem basear-se em alguma construção teórica específica sobre a comunicação de massa, que se realizam os primeiros estudos acadêmicos de forte caráter empírico qualitativo em comunicação que passarão a compor o que mais tarde será chamado de Estudos de Recepção dos meios de comunicação de massa na América Latina. Seu

encontro com uma linha teórica que trate especificamente da comunicação se dá ao final da década de 1980 e princípio da de 1990 com a publicação dos trabalhos sobre as relações entre cultura e novas formas de interação global a partir da América Latina de Néstor García Canclini (1999) e Renato Ortiz (1994), além, é claro, do livro já citado de Jesús Martín-Barbero, **Dos Meios às Mediações**.

Encontramos o deslocamento provocado pela noção gramsciana de hegemonia também nos trabalhos de uma “escola” que viria a se transformar em uma das principais correntes mundiais de estudos sociais da atualidade: os Estudos Culturais. Embora não tenham nunca se tornado linha teórica predominante no pensamento comunicacional da América Latina¹⁸, os Estudos Culturais Britânicos aos poucos vêm sendo reconhecidos pelos Estudos de Recepção como fontes de um importante referencial teórico que coloca a cultura e os processos de negociação de sentido como centrais para a compreensão do processo de comunicação, de forma semelhante ao que já esperavam os investigadores da recepção e ao que imaginaram incipientemente os primeiros teóricos da recepção latino-americanos.

Os Estudos Culturais em sua vertente britânica nasceram no Departamento de Sociologia da Universidade de Birmingham, Inglaterra, a partir de um projeto sobre as subculturas operárias, com o objetivo de intervir no debate educacional britânico dos anos 1950-60. Desde cedo, os Estudos Culturais colocaram com clareza uma nova pauta de atuação para a academia: a incorporação das experiências de grupos dominados pelo discurso do conhecimento. Em *The uses of literacy*, obra pioneira publicada em 1957, Richard Hoggart avalia a forma com que a “cultura de massa” é percebida pela experiência operária. “O efeito das forças de mudança está essencialmente condicionado pelo grau em que a atitude nova pode apoiar-se sobre uma atitude antiga”, conclui o autor (HOGGART, 1992. p. 223). Raymond Williams realiza uma ampla revisão da idéia de cultura, defendendo a ampliação de seu significado, e analisa como a dinâmica dos processos culturais em articulação

¹⁸ Na Argentina, diferentemente do que ocorreu em outros países latino-americanos, os textos de Raymond Williams tiveram forte penetração na década de 1970, segundo registra Beatriz Sarlo em “Raymond Williams una relectura”, IN: *Nuevas perspectivas desde/sobre América Latina: el desafío de los estudios culturales*, org: MORAÑA, Mabel. Santiago: Editorial Cuarto Propio, 2000.

com o popular é capaz de proporcionar mudanças. Em Raymond Williams a audiência deixa de ser massa passiva para converter-se em sujeitos pensantes, portadores de cultura própria e, portanto, atores do processo de comunicação mesmo enquanto receptores, pois realizam ativamente uma leitura específica do que é veiculado nos meios de comunicação. De Stuart Hall, pertencente à segunda geração dos Estudos Culturais Britânicos, os Estudos de Recepção dos meios de comunicação de massa vêm se aproximando cada vez mais, principalmente no tocante às reflexões ampliadas sobre cultura e identidade – que refletem as influências dos movimentos feminista, negro e de contra-cultura que ganharam destaque a partir de 1968 – e ao modelo de recepção baseado na relação codificação/decodificação apresentado em no *paper* “*Encoding and decoding in television discourse*” de 1973.

A identificação dos Estudos de Recepção com os Estudos Culturais é tanta que cada vez mais os primeiros são referidos como Estudos Culturais Latino Americanos. Preferimos não utilizar esta nomenclatura por acreditar que os Estudos Culturais são, de fato, muito mais abrangentes que os Estudos de Recepção dos meios de comunicação, sendo desenvolvidos sob a égide de diversas disciplinas, como estudos literários, educação, antropologia, história etc., e também, muitas vezes, sendo desenvolvidos a partir de influências teóricas que não necessariamente as que fundamentam a “escola” britânica. Desenvolvemos melhor esta questão no segundo capítulo, dedicado a Raymond Williams e os Estudos Culturais Britânicos.

O que de fato ocorre, principalmente a partir da década de 1990, é uma identificação dos estudos já em andamento na América Latina com a discussão teórica e o instrumental metodológico desenvolvido pelos Estudos Culturais Britânicos. Não que os autores britânicos fossem desconhecidos no nosso cenário acadêmico, pelo contrário, Raymond Williams é citado tanto por Martín-Barbero (2001), quanto por Gabriel Cohn (1973), por exemplo. Seu trabalho, principalmente de história das idéias, é amplamente reconhecido, porém, a mudança de perspectiva nos estudos de cultura que representa não é imediatamente incorporada. A adoção das premissas teóricas fundamentadas pelos britânicos, além de outras que também enfocam a questão das trocas simbólicas e da produção de sentido, ocorre mais recentemente, entre outras

coisas, num movimento de contraposição à teoria frankfurtiana anteriormente predominante. A adoção desse novo modo de tratar o objeto acontece de forma semelhante ao movimento que havia ocorrido alguns anos antes, quando o olhar funcionalista norte-americano predominante foi questionado a partir da mesma teoria frankfurtiana. Apontar esse movimento – de adoção de uma teoria por grande parcela dos cientistas sociais interessados em um determinado objeto, o questionamento dessa teoria a partir de paradigmas distintos e a adoção novamente predominante de outras linhas teóricas – não significa, em hipótese alguma, que se possa falar em evolução de teorias no *sentido darwiniano*, como aprimoramento e superação, dentro das ciências sociais. Como apontou Mannheim: “para a história das Ciências Culturais (...) os estágios anteriores não são simplesmente suplantados pelos estágios posteriores, e não é tão facilmente demonstrável que erros anteriores tenham sido subseqüentemente corrigidos. Cada época tem sua abordagem fundamentalmente nova e seu ponto de vista característico, e, conseqüentemente, vê o mesmo objeto de uma perspectiva nova” (MANNHEIM, 1968, p. 293). Localizamos, em verdade, na história do pensamento comunicacional latino-americano, momentos de predomínio de determinados paradigmas teóricos, seguidos por momentos em que outros modos de ver o mesmo objeto passam a delinear grande parte das pesquisas no campo. A adoção de uma teoria e não de outra não significa nem a negação, nem a superação da segunda. O que se pode apreender com esse movimento do que chamamos de pensamento predominante nas pesquisas em sociologia da comunicação é muito menos a “correção” de uma determinada linha teórica (no sentido de uma está certa e outra está errada) e muito mais o reflexo do momento e do local em que se encontram os cientistas, de suas angústias e seus objetivos, de seu posicionamento frente à situação política local e global, além de refletir diretamente a organização das instituições acadêmicas a que esse pensamento está ligado. O pensamento predominante se transforma, se modifica, e se torna um objeto sociológico em si, permitindo apreender a partir da análise de seu movimento muito mais do que o que as próprias teorias nos querem dizer.

Como verificou Roberto Schwarz¹⁹, somos capazes de “macaquear” as “idéias fora de lugar”, idéias produzidas em outro contexto sócio-histórico em relação ao qual somos “diferentes, porém não alheios”. O ponto negativo de situar-se na periferia da produção de conhecimento científico está no fato de que a maior parte das teorias que usamos para pensar nossa realidade, não dizem respeito diretamente a essa realidade. É preciso conhecer suas origens, desvelar o que se esconde por trás de seus conceitos, para depois adaptá-los as nossos problemas peculiares. Mas esse processo tem também seu lado positivo, não estamos amarrados a um único debate proposto por uma “tradição”. Podemos até dizer que temos uma maneira já tradicional de fazer Ciências Sociais baseando-se em linhas teóricas importadas. Nosso distanciamento dos centros de origem do pensamento científico mais relevantes nos dá uma abertura impossível de se imaginar num cenário em que certas noções e metodologias já estão tão enraizadas que dificilmente chegaram a ser questionadas por dentro. Somente o fato percebermos que uma teoria nos parece mais adequada – científica ou politicamente – nos põe de forma muito clara a possibilidade de escolha entre diferentes fontes e debates. Se o tema clássico da Arte não nos interessa em um debate sobre comunicação de massa, por exemplo, podemos recorrer a linhas teóricas cuja tradição remonte a outros conceitos. Embora alemães e ingleses falem de objetos muito semelhantes nos textos aqui analisados (as indústrias culturais dos respectivos países), as raízes dos debates teóricos em que se inserem são completamente distintas. Enquanto os pensadores frankfurtianos debatem com e nos termos da filosofia alemã, além de realizarem crítica de arte, os autores dos estudos culturais britânicos desenvolvem suas análises dentro do cenário erigido pela crítica literária inglesa nas primeiras décadas do século XX. A consequência disso, como veremos no desenrolar da dissertação, é a possibilidade do “resgate” do termo cultura, com a ampliação do seu significado para além do campo estético, concebendo assim outras atividades, não só as artísticas, como produtoras de significado.

Ainda pensando sobre a gênese histórica das teorias e sua adequação para análise de fenômenos sociais, concluímos rapidamente que o contexto em que se

¹⁹ Ver: Schwarz, Roberto. “Um seminário de Marx”. Caderno Mais. Folha de S. Paulo, 8 de outubro de 1995, pp 5-7. E CEVASCO, Maria Elisa. “A recepção dos *Cultural studies* no Brasil”, IN: Cultura Vozes, Petrópolis: Vozes, março/abril de 1997.

desenvolveram os Estudos Latino-americanos de Recepção – de uma sociedade notavelmente mestiça, em que a cultura popular é fortemente influenciada pela indústria cultural, mas também resiste e se adapta – se assemelha muito à realidade brasileira de hoje e, talvez por isso, tais discussões teóricas se mostrem tão atraentes aos estudos de comunicação de massa no país. Discutimos mais detalhadamente as propostas contidas no texto fundamental de Jesús Martín-Barbero no terceiro capítulo da dissertação.

Num quarto momento do trabalho, nossa atenção volta-se não mais para um texto específico sobre a comunicação de massa, mas no desenvolvimento de uma noção que torna-se cada vez mais presente nos Estudos de Recepção: a noção de espaço público. A temática da recepção mediática que se desprendia de uma visão por demais atrelada aos suportes tecnológicos de massa e passava a vê-los, já nos anos 80, a partir da centralidade da cultura, passa nesse início de século por um novo rearranjo. As relações entre cultura, *media* e recepção continuam no cerne da questão, mas o advento dos novos *media* escancarou, no próprio universo empírico, a posição do receptor enquanto sujeito. Na linguagem comum, o que antes era telespectador, ouvinte ou leitor é hoje usuário. Os novos *media*, que hoje se multiplicam e se expandem com espantosa rapidez, desafiam as teorias instauradas e incitam à revisão da noção de público, as suas noções frente à opinião pública, e mesmo ao espaço público (SOUSA, 1999, p 13). É nessa perspectiva, que estudiosos da comunicação passam a interessar-se pela reinterpretação de questões desenvolvidas desde a metade do século XX pela filosofia política, como a relação entre público e privado e a constituição do chamado espaço público, cujas bases do pensamento são encontradas em Hanna Arendt e em Jürgen Habermas (e mais uma vez, nos vemos importando conceitos desenvolvidos em outros contextos sócio-históricos e sob a égide de disciplinas distantes do universo dos estudos de comunicação no Brasil). Os Estudos de Recepção contribuem com esse debate e por ele são enriquecidos ao investigar a comunicação tendo em vista também a questão política, realizando o que se pode chamar de etnologia política da cultura²⁰. Nesse sentido, a discussão que apresentamos sobre espaço público distingue-se dos capítulos que a

²⁰ Ver: Saintout, Florência e Velazquez, Ximena. “¿Qué ha pasado con teorías de la recepción en América Latina?”, *paper* apresentado nos encontros da ALAIC e IBERCOM de 2000. <<http://www.eca.usp.br/alaic/chile2000/5%20GT%202000Recepción/FlorenciaSaintout.doc>> - acessado em 07/2005.

antecedem. Ainda buscamos a gênese do instrumental teórico que organiza a produção dos Estudos de Recepção, mas desta vez nos centramos muito mais na origem das noções utilizadas num debate recente, do que no histórico dos autores ou das escolas nos quais encontramos fundamentos dos Estudos de Recepção. Tal variação metodológica deve-se ao fato de a questão do espaço público estar sendo incorporada aos estudos de comunicação na América Latina não mais a partir de um paradigma teórico ou de uma certa escola ou concepção de mundo, mas como tema, como uma nova preocupação dos estudiosos de comunicação. O problema está na inconsistência do termo quando retirado do seu debate original. Nosso intuito é lembrar que a utilização do termo remete a um debate muito maior que aproxima a comunicação da prática política, o que não é mau para os estudos em comunicação, mas cuja realização precisa ser feita de forma consciente de modo evitar generalizações e uso de termos complexos com sentidos por vezes distantes de sua concepção original.

Em resumo, nosso intuito é alcançar os Estudos de Recepção a partir de sua compreensão como um campo de estudos multidisciplinar em desenvolvimento e em franco debate com linhas teóricas que foram dominantes no pensamento latino-americano nos últimos 30 anos, e de onde, portanto, seus principais autores levantam relevantes questões teórico-conceituais. Da Escola de Frankfurt, analisamos o texto “A Indústria Cultural, o esclarecimento como mistificação das massas”, de Adorno e Horkheimer, e sua leitura – por vezes enviesada – realizada por sociólogos e estudiosos da comunicação na América Latina; passamos pelos Estudos Culturais, com especial atenção à “Conclusão” de *Culture and Society*, de Raymond Williams; e chegamos nos Estudos de Recepção com Jesús Martín-Barbero e uma leitura crítica de todo o livro **Dos Meios às Mediações**. Encerramos a análise com uma aproximação de um debate atual no campo dos Estudos de Recepção dos meios de comunicação de massa, aquele pautado pela preocupação com as possibilidades de ação no campo da recepção e com a formação de uma nova modalidade de espaço público.

A análise detalhada dos textos acima citados nos mostra que as três “escolas” às quais nos referimos apresentam distinções cruciais, mas que, por outro lado, as próprias distinções podem ser consideradas como derivativas de

uma mesma premissa: além de compartilharem uma concepção de sociedade marxista, as três linhas de análise preconizam um olhar crítico, localizado e contextualizado às questões de interesse, em outras palavras, uma produção científica que leve em conta e questione o momento histórico e o contexto em que se insere o objeto e a própria teoria desenvolvida.

Acreditando também nessa premissa básica, realizamos então, no intuito de compreender e atualizar a noção de recepção, uma re-leitura dos clássicos da sociologia da comunicação (ou dos estudos de comunicação) sob a ótica brasileira deste início de século XXI. Tomamos, nesse primeiro momento, as teorias como nosso objeto. E como nosso campo é a sociologia da comunicação, nos apropriamos do esquema clássico da comunicação e analisamos textos emblemáticos das linhas teóricas em discussão em três níveis: o da mensagem (a leitura do texto em si); o da produção (situando o texto dentro do cenário político e histórico em que foi concebido, além de destacar as origens do debate teórico nele presente); e por último, mas de maneira alguma menos importante, o nível da recepção (ou a leitura predominante do texto realizada entre os estudiosos da comunicação na América Latina, e mais especificamente no Brasil, que são os receptores que nos interessam).

Realizar uma leitura de textos teóricos tendo em vista o momento histórico em que foram produzidos significa lembrar que alguns autores tratados possuem origens distintas das nossas e as teorias em que se baseiam para desenvolver seu debate intelectual também foram geradas em contextos práticos (políticos, sociais, econômicos, geográficos e de arcabouço teórico) distantes da nossa realidade. Mais especificamente, o debate sobre meios de comunicação de massa nasce sob a égide do pensamento moderno. Pensamento este que ressoa até hoje em nosso referencial teórico, mas que, enquanto processo histórico, não se deu nas sociedades latino americanas como acredita-se que se tenha dado na Europa. Daí a importância de contextualizar a produção científica. Somente ao aclarar a origem de certas discussões e os motivos de determinadas abordagens é que se pode decidir fazer uso (ou, ao contrário, descartá-los) dos conceitos desenvolvidos por autores que até hoje pautam o debate intelectual em nosso país.

Destacamos o papel desempenhado pelo receptor dos meios de comunicação de massa em cada uma das teorias – muitas vezes encontrado somente nas entrelinhas –, assim como, analisamos os conceitos-chave apresentados por cada uma delas e em torno dos quais elas foram construídas. Dessa forma, este trabalho tem por objetivo aclarar os caminhos teóricos percorridos pelos os estudos em sociologia da comunicação desenvolvidos há pouco mais de 30 anos no país e delinear as principais questões que sirvam de trilha para futuras investigações sociológicas sobre as formas de recepção dos meios de comunicação de massa no Brasil, assim como contribuir para um debate intelectual já solidificado no campo da comunicação e, ao mesmo tempo, em plena ebulição.

Comunicação, mercado e arte: Adorno e Horkheimer

Com os frankfurtianos a reflexão crítica latino-americana está diretamente envolvida. Não só no debate que propõe esta escola, mas num debate com ela. A afirmação é de Jesús Martín-Barbero em capítulo de **Dos Meios às Mediações** dedicado à análise da relação entre Indústria Cultural, capitalismo e legitimação. “As outras teorias sobre cultura de massa nos chegaram como mera referência teórica, associadas a ou confundidas com um funcionalismo ao qual se respondia ‘sumariamente’ a partir de um marxismo mais afetivo que efetivo” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 76), escreve referindo-se aos estudos norte-americanos. Os trabalhos do grupo de Frankfurt, em realidade alguns poucos textos de Adorno (o mais célebre em parceria com Horkheimer) no que diz respeito aos estudos em comunicação, propiciaram a abertura de um debate político interno. A complexidade teórica da reflexão crítica fazia com que suas idéias não se deixassem usar politicamente com a facilidade instrumentalista a qual se prestaram outros tipos de pensamentos. A tradução para o espanhol e para o português do texto “A Indústria Cultural, o esclarecimento como mistificação das massas”, presente em **Dialética do Esclarecimento**, no final da década de 60, trouxe novos ares para o pensamento latino-americano de esquerda dos anos 70.

A teoria frankfurtiana tornou-se essencial no pensamento em comunicação, e também em outras disciplinas, por permitir a crítica do sistema estabelecido e a busca das possibilidades revolucionárias em cada época. Porém, alterações no cenário político nacional e na própria constituição das instituições acadêmicas – com a criação dos departamentos de Comunicação nas universidades – trouxeram novas formas de agir perante o objeto comunicação de massa. A linha teórica frankfurtiana que havia sido predominante no pensamento em comunicação brasileiro continua sendo fundamental, mas agora, não somente como opção teórica iluminadora que deveria ser adotada. As raízes frankfurtianas já haviam sido plantadas em solo nacional e seus frutos continuam a ser colhidos até hoje, mas, principalmente a partir da década de 80, não só novas posições com relação à essa linha teórica se multiplicam, como se alteram as maneiras de se ler seus textos.

Os conceitos discutidos e as preocupações dos autores remontam a um debate muito maior do que simplesmente o da comunicação de massa muitas vezes negligenciado em sua leitura. O deslocamento da discussão do campo teórico em que ela se desenvolve – no caso de “A Indústria Cultural”, o da filosofia e o da crítica de arte alemãs –, que acontece principalmente nas leituras feitas exclusivamente dentro do campo da comunicação, foi acompanhado de uma aceitação ou negação das proposições motivada mais por juízos afetivos do que por uma crítica oriunda de uma análise detalhada do texto e sua avaliação frente às condições sócio-históricas locais. O que propomos aqui não é uma leitura de “A Indústria Cultural” sob a égide da filosofia alemã, mas sim a análise dos elementos relativos à teoria da comunicação presentes no texto, deixando de lado a emotividade, positiva ou negativa, que o embate com esses teóricos possa provocar, procurando entender o desenvolvimento de seus pensamentos dentro de sua linhagem teórica específica e como reflexo consciente de um momento gravíssimo na história do ocidente. A intenção é revelar, através da leitura minuciosa de certas passagens, as conseqüências que a opção teórico-metodológica de Adorno e Horkheimer trouxeram para sua concepção da sociedade permeada pelos meios de comunicação e mais especificamente para sua concepção da recepção dentro desse processo amplo.

Dialética do Esclarecimento

A Teoria Crítica, instaurada pelos pensadores da Escola de Frankfurt, encontra no campo da comunicação a arena onde ocorre a luta silenciosa – e previamente ganha – da dominação da lógica do sistema capitalista sobre todos os indivíduos massificados. No pensamento de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, a análise que desemboca nos meios de comunicação de massa toma os ideais da sociedade burguesa européia como ponto de partida. Ideais como igualdade e liberdade, considerados essenciais para a constituição do chamado espaço público burguês, como veremos a diante no quarto capítulo, encontram-se intimamente ligados ao próprio projeto da modernidade. E é na busca pelos motivos do fracasso desse projeto de liberdade e emancipação do ser humano, que os autores desenvolvem a crítica da sociedade contemporânea, expressa de

forma patente em “Dialética do Esclarecimento”, publicado como livro pela primeira vez em 1947.

A ascensão do nazismo, a Segunda Guerra Mundial e o consumismo desenfreado na maior potência do mundo marcam profundamente a experiência dos pensadores que, tendo vivido as duas experiências *in loco* – primeiro na Alemanha e em seguida no exílio nos Estados Unidos -, elaboram um prognóstico fatal de integração totalizadora para a sociedade, seja por vias político-ideológicas (como nos fascismos) ou pela constituição de uma “sociedade unidimensional” tecnocrática. Sob a influência das análises de Marx, a Teoria Crítica da Escola de Frankfurt revela a transformação dos conceitos econômicos dominantes em seus opostos: “a livre troca passa a ser o aumento da desigualdade social; a economia livre transforma-se em monopólio; o trabalho produtivo, nas condições que sufocam a produção; a reprodução da vida social, na pauperização de nações inteiras” (MATOS, 1993, p. 8). O marxismo dialético, para os autores, não pode ser o estabelecimento prévio de um caminho, mas uma orientação nas possibilidades revolucionárias de que cada época é portadora. A análise dos autores não é, porém, puramente marxista. Sua discussão sobre a racionalização na indústria cultural, sua divisão de trabalho e especialização, assim como a preocupação com a arte são profundamente weberianas, mais especificamente, a aproximam-se da mistura entre Marx e Weber desenvolvida por Georg Lukács. As bases do pensamento frankfurtiano remontam a temas clássicos, herança da densa filosofia alemã. “O que nos propuséramos era, de fato, nada menos do que descobrir por que a humanidade, em vez de entrar em um estado verdadeiramente humano, está se afundando em uma nova espécie de barbárie” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 11). O “estado verdadeiramente humano” seria alcançado, segundo a filosofia kantiana, pelo esclarecimento (*Aufklärung*). Para Kant, o esclarecimento é a saída do homem de sua menoridade, da incapacidade de fazer uso de seu entendimento sem a direção de outro²¹. Weber fala da mesma transformação como “desencantamento do mundo”²², o processo pelo qual ao longo da história, os homens se libertam das potências míticas da natureza através da crescente

²¹ Ver: KANT, Immanuel. “Resposta à Pergunta: Que é 'Esclarecimento'?” In: *Immanuel Kant - Textos Seletos*, 2ª Edição, Petrópolis: Vozes, 1985.

²² Ver: WEBER, M. - *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. São Paulo: Cia. das Letras, 2004 (revisão técnica e edição de texto de Antônio Flávio Pierucci)

racionalização, que prossegue na filosofia e na ciência e impõe a ambas a necessidade de uma reflexão autônoma.

Porém, a promessa da modernidade não se realiza historicamente²³. O pensamento esclarecedor que não reflete sobre si mesmo torna-se apenas cálculo de eficácia e se esgota na idolatria daquilo que existe e do poder pelo qual a técnica é controlada. O esclarecimento sela assim sua autodestruição:

“Não alimentamos dúvida nenhuma – e nisso reside nossa *petitio principii* – de que a liberdade na sociedade é inseparável do pensamento esclarecedor. Contudo, acreditamos ter reconhecido com a mesma clareza o próprio conceito desse pensamento, que hoje tem lugar por toda parte. Se o esclarecimento não acolhe dentro de si a reflexão sobre esse elemento regressivo, ele está selando seu próprio destino. Abandonando a seus inimigos a reflexão sobre o elemento destrutivo do progresso, o pensamento cegamente pragmatizado perde seu caráter superador e, por isso, também sua relação com a verdade. A disposição enigmática das massas educadas tecnologicamente a deixar dominar-se pelo fascínio de um despotismo qualquer, sua afinidade autodestrutiva com a paranóia racista, manifesta a fraqueza do poder de compreensão do pensamento teórico atual”. (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p 13)

O aumento da produtividade econômica, que por um lado produz as condições para um mundo mais justo, confere, por outro lado, ao aparelho técnico e aos grupos sociais que o controlam, uma superioridade imensa sobre o resto da população. O indivíduo se vê completamente anulado em face dos poderes econômicos (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p14). O papel dos meios de comunicação de massa caracterizados como Indústria Cultural é fundamental nesse processo de anulação individual e massificação.

²³ Sobre o projeto da modernidade, ver, entre outros: Habermas, Jürgen. *O Discurso Filosófico da Modernidade*. São Paulo: Martins fontes, 2000.

Indústria Cultural: Arte e não-arte

A dialética negativa de Adorno e Horkheimer busca no apogeu da sociedade burguesa liberal o contraponto para a situação contemporânea de uma sociedade massificada e dominada pela indústria cultural. “Uma chave para ‘A Indústria Cultural’, bem como para **Dialética do Esclarecimento** em geral, é o *modus operandi* do método dialético. Muitas e muitas vezes nossos autores expõem casamentos forçados²⁴ entre o real e o ideal” (PETERS, 2003a, p. 62). Dessa forma, os autores desenvolvem a crítica à indústria cultural com base em um passado em que identificam a existência de um ideal de arte como uma esfera emancipada, portadora da Idéia e constituinte de um campo livre, onde se podiam desenvolver obras, correntes e pensamentos independentes da – e até mesmo opostos à – racionalidade mercantil dominante.

No outro prato da balança dialética, está a sociedade contemporânea aos autores: massificada e totalmente dominada pela racionalidade do capitalismo industrial. A intenção de autonomia frente às regras do mercado que regia a arte burguesa desaparece diante da extrapolação do sistema de produção industrial para muito além do campo do trabalho: “O mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 118). Nesse processo, a esfera artística é degradada pela união de elementos antes irreconciliáveis como cultura, arte e distração. O que antes era obra, resultado da arte, é substituído pela mera aplicação de fórmulas:

“A indústria cultural desenvolveu-se com o predomínio que o efeito, a performance tangível e o detalhe técnico alcançaram sobre a obra, que era outrora o veículo da Idéia e com essa foi liquidada. Emancipando-se, o detalhe tornou-se rebelde e, do romantismo ao expressionismo, afirmou-se como expressão indômita, como veículo do protesto contra a organização. (...) A tudo isso deu fim a indústria cultural mediante a totalidade” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 118)

²⁴ Do inglês “shotgun wedding”, literalmente, casamento forçado sob a mira de uma espingarda.

A totalidade da indústria cultural realiza-se na repetição. Repetição de si mesma na supremacia do estilo sem contestação, repetição na produção de bens de consumo de massa em sua essência indistintos e repetição da racionalidade de todo o sistema, em que o que parece ser a fuga da pressão do trabalho mecanizado é na verdade seu prolongamento disfarçado de diversão.

“... o poder da indústria cultural provém de sua identificação com a necessidade produzida (...) A diversão é o prolongamento do trabalho no capitalismo tardio. Ela é procurada por quem quer escapar ao processo de trabalho mecanizado, para se pôr de novo em condições de enfrentá-lo. Mas, ao mesmo tempo, a mecanização atingiu um tal poderio sobre a pessoa em seu lazer e sobre sua felicidade, ela determina tão profundamente a fabricação das mercadorias destinadas à diversão, que esta pessoa não pode mais perceber outra coisa senão as cópias que reproduzem o próprio processo de trabalho.” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 128)

Embora um olhar menos apurado possa enxergar na pluralidade de produtos oferecidos pela indústria cultural um sinal de que ainda há espaços para modos de pensar distintos, Adorno e Horkheimer desmascaram qualquer hipótese nesse sentido: “Para todos algo está previsto; para que ninguém escape, as distinções são acentuadas e difundidas. (...) As vantagens e desvantagens que os conhecedores discutem servem apenas para perpetuar a ilusão da concorrência e da possibilidade de escolha”. (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p116). A aparente diversidade é falsa.

“Todos são livres para dançar e para se divertir, do mesmo modo que, desde a neutralização histórica da religião, são livres para entrar em qualquer uma das inúmeras seitas. Mas a liberdade de escolha da ideologia, que reflete sempre a coerção econômica, revela-se em todos os setores como **a liberdade de escolher o que é sempre a mesma coisa**” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 156 – grifo nosso).

Os produtos da indústria cultural são “sempre a mesma coisa” no sentido em que servem a um mesmo senhor. Mesmo podendo ter apresentações variadas e características técnicas constantemente em renovação, filmes,

programas de rádios, propagandas e músicas da moda são todos frutos da indústria cultural, que tem por fim último constituir-se como negócio oferecendo a ilusão da liberdade e da fuga do mundo do trabalho em produtos de entretenimento que ocupem todos os momentos de ócio da vida do trabalhador com a perpetuação da lógica do sistema capitalista.

Há espaço na indústria para a diferença. “Quem resiste só pode sobreviver integrando-se. Uma vez registrado em sua diferença pela indústria cultural, ele passa a pertencer a ela assim como o participante da reforma agrária ao capitalismo” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p123). Ao contrário do que acontece na arte, cujos preceitos estéticos de um movimento dominante sempre estiveram sujeitos a contestações e a superação, na indústria cultural a revolta é absorvida como mais um recurso, torna-se reconciliação e o sistema perpetua-se sem maiores arranhões.

Quando falam em diferenças absorvidas pelo sistema, Adorno e Horkheimer estão referindo-se especificamente aos criadores de produtos culturais, numa contraposição àqueles que nos tempos áureos da arte burguesa eram os chamados artistas. A análise dos autores sobre a indústria cultural concentra-se nos planos da produção e da mensagem, dentro do quadro analítico clássico dos estudos de comunicação. Olhando diretamente para produtos específicos da indústria cultural e citando nominalmente filmes, diretores de cinema e músicas, a análise filosófica toca a crítica de arte. O que a indústria cultural possui é uma “caricatura de estilo”, um estilo artificial, uma regra compartilhada por todos e superior a qualquer outra pretensão específica do objeto: “Tudo se passa como se uma instância onipresente houvesse examinado o material e estabelecido o catálogo oficial dos bens culturais, registrando de maneira clara e concisa as séries disponíveis. As idéias estão inscritas no céu cultural, onde já haviam sido enumeradas sem possibilidade de aumento ou transformação”. (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p126) Observar o que essa indústria cultural foi capaz de produzir em termos concretos é desolador.

A linguagem padronizada, o estilo artificial ou a chamada “Idéia abrangente” que compõem os moldes dos produtos da Indústria Cultural servem para estabelecer ordem, para classificar, mas não para estabelecer alguma

conexão de sentido. “O todo e o detalhe exibem os mesmos traços na medida em que entre eles não existe nem oposição e nem ligação. Sua harmonia garantida de antemão é um escárnio da harmonia conquistada pela grande obra de arte burguesa.” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 118).

Seja pela contraposição de dois momentos históricos, seja pela comparação de obras, de linguagem ou de artistas e produtores, ou seja pela relação entre a lógica interna da esfera estética ligada intimamente à forma e a lógica da indústria cultural ligada exclusivamente ao mercado, Adorno e Horkheimer provam cabalmente uma coisa: o que a indústria cultural produz não é arte.

Esta afirmação está posta desde o início do livro **Dialética do Esclarecimento** e repete-se ainda no primeiro parágrafo do capítulo sobre a indústria cultural: “O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositadamente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seu produto.” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 114)

A indústria cultural é antes de tudo um negócio. Não é de se estranhar, portanto, que se encontrem tantas dissonâncias entre esta e a arte burguesa idealizada, uma vez que cada uma é de natureza específica. A arte, para Adorno, com sua potencialidade criativa contrapondo-se a estilos fixos, tem a capacidade de romper com a racionalidade econômica, coisa que está muitíssimo distante da indústria cultural que, em sua totalidade, está mergulhada no lógica do sistema capitalista.

Talvez fosse possível fazer alguma conexão histórica entre as duas, como se uma tivesse sua origem na outra. Mas isso não é desenvolvido pelos autores. Eles apenas citam que a indústria cultural se ufana de ter levado a cabo com energia e de ter erigido em princípio a transferência muitas vezes desajeitada da arte para a esfera do consumo. Se alguma ligação pela semelhança é feita pelos autores entre a indústria cultural e algo do passado, isto se dá com o que eles

denominam “arte leve”: “A arte leve acompanhou a arte autônoma como uma sombra. Ela é a má consciência social da arte séria” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 127). Má consciência porque se presta socialmente a uma finalidade, à diversão, tal como a indústria cultural o faz contemporaneamente²⁵.

Implícito fica o fato de que Adorno e Horkheimer, apesar de todas as diferenças apontadas, vêem alguma semelhança que possibilita comparar indústria cultural e arte burguesa, mesmo que esta contraposição sirva apenas para degradar um valor artístico o qual a própria indústria cultural não almeja ou para deixar mais claro ainda o fato de que quando se fala em indústria cultural se fala em negócio, se fala em um sistema de divulgação de bens culturais que segue a lógica do mercado.

O sonho de uma produção cultural mais próxima da liberdade e da possibilidade real de contestação de qualquer sistema vigente parece ser o que guia esta construção dialética. Porém, os próprios autores minam qualquer esperança de construção de uma cultura para as massas mais próximas dos preceitos da arte ao explicitar a natureza elitista da mesma:

“A pureza da arte burguesa, que se hipostasiou como reino da liberdade em oposição à práxis material, foi obtida desde o início ao preço da exclusão das classes inferiores, mas é à causa destas classes – a verdadeira universalidade – que a arte se mantém fiel exatamente pela liberdade dos fins da falsa universalidade. A arte séria recusou-se àqueles para quem as necessidades e a pressão da vida fizeram da seriedade um escárnio e que têm todos os motivos para ficarem contentes quando podem usar como simples passatempo o tempo que não passam junto às máquinas” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 127)

É impossível, portanto, o desenvolvimento de uma arte para as massas mantendo-se o caráter principal que guiava a construção da arte burguesa: o desenvolvimento da arte como o reino da liberdade em oposição à *práxis*

²⁵ Martín-Barbero retoma esta discussão na Segunda parte de *Dos meios às mediações*, mas dá à “arte leve” outra conotação, associando-a à cultura e aos modos de leitura populares. Discutimos essa abordagem no terceiro capítulo desta dissertação.

material. Ampliado, o campo da cultura se afasta da arte e se aproxima da administração, a cultura serve então como denominador comum, como uma possibilidade de catalogação e classificação geral. A esta se mostra perfeitamente adequada a subsunção industrializada de todos os setores da produção espiritual, cujo fim único passa a ser “ocupar os sentidos do homem da saída da fábrica, à noitinha, até a chegada ao relógio do ponto na manhã seguinte” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 123). A arte não pode deixar de ser de poucos sem deixar de ser autônoma. Voltada para as massas, a indústria cultural tem uma finalidade mercantil e não pode constituir-se como um campo para a crítica ao sistema:

“A eliminação do privilégio da cultura pela venda em liquidação dos bens culturais não introduz as massas nas áreas de que eram antes excluídas, mas serve, ao contrário, nas condições sociais existentes, justamente para a decadência da cultura e para o progresso da incoerência bárbara. (...) A arte manteve o burguês dentro de certos limites enquanto foi cara. Mas isso acabou. Sua proximidade ilimitada, não mais mediatizada pelo dinheiro, às pessoas expostas a ela consome a alienação e assimila um ao outro sob o signo de uma triunfal reificação. Na indústria cultural desaparecem tanto a crítica quanto o respeito.” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 150).

Todo o tempo do trabalhador, da saída da fábrica à volta ao trabalho no dia seguinte, é dominado por uma entidade totalizadora, que não abre espaços para a crítica e para a contestação. A “elevação” do padrão de vida das classes inferiores, materialmente considerável e socialmente lastimável, aumenta a impotência e a dirigibilidade da massa. Para isso contribuem não só a infraestrutura dos meios de comunicação, como os próprios produtos apresentados para o consumo de uma forma padronizada, rasa e previsível: “Para o consumidor, não há nada mais a classificar que não tenha sido antecipado no esquematismo da produção. A arte sem sonho destinada ao povo realiza aquele idealismo sonhador que ia longe demais para o idealismo crítico” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 117).

Outro ponto distingue ainda mais a indústria cultural da esfera artística, a continuidade desta, que mesmo apresentando marcas da totalidade do sistema industrial segue seu curso, até o momento, sem sucumbir ou tornar-se mais uma faceta da indústria cultural:

“Mas com a barateza dos produtos de luxo fabricados em série e seu complemento, a fraude universal, o caráter mercantil da própria arte está em vias de se modificar. O novo não é o caráter mercantil da obra de arte, mas o fato de que, hoje, ele se declara deliberadamente como tal, e é o fato de que a arte renega sua própria autonomia, incluindo-se orgulhosamente entre os bens de consumo, que lhe confere o encanto da novidade. A arte como um domínio separado só foi possível, em todos os tempos, como arte burguesa.” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 147).

A lógica da indústria cultural é a lógica do mercado. E isso extrapola sua produção. O que se busca, ao consumir os produtos da indústria cultural, não é o prazer engrandecedor da arte, mas sim “estar informado”, não no sentido de um conhecimento voltado à auto-compreensão e crescimento, mas no sentido de possuir informações pelo seu valor de troca: “o que se poderia chamar de valor de uso na recepção dos bens culturais é substituído pelo valor de troca; (...) o que se quer conquistar é prestígio e não se tornar um conhecedor. (...) Tudo só tem valor na medida em que se pode trocá-lo, não na medida que é algo em si mesmo” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p 148). Nesse ponto, onde ainda discutem a *fetichização* da obra de arte, os autores nos dão pistas importantíssimas para a compreensão da atividade dos meios de comunicação de massa na composição de um comum social. A busca do valor de troca pode ser compreendida como a tentativa de se obter “conhecimentos” comuns e acessíveis aos outros indivíduos do convívio social.

Por um lado, isso pode ser entendido como um dos mecanismos da massificação. Por outro, e aqui reside nossa maior crítica, cabe perguntar se os bens culturais passam a ter valor de troca somente com a indústria cultural. Ou ainda, se no apogeu da sociedade burguesa, esse comum que possibilita a convivência e a comunicação entre os homens já era intrínseco à condição humana ou era historicamente construído? Cremos que, se fossem questionados,

os autores responderiam com a segunda opção, afinal, como descrevem no prefácio da segunda edição de “Dialética do Esclarecimento”, a Teoria Crítica é “uma teoria que atribui à verdade um núcleo temporal”. Porém – e aqui reside nossa principal crítica ao método frankfurtiano – ao realizar a incorporação do pensamento de filósofos “tradicionais”, colocando-os em tensão com o mundo presente, não são devidamente esclarecidas as tensões desse mesmo pensamento filosófico que se encontrariam ao confrontá-lo também à sua própria época.

A escolha do ideal de arte autônoma como contraposição à indústria cultural está intimamente ligada com o tipo de análise que Adorno e Horkheimer dispõem-se a fazer dos meios de comunicação de massa. Não é dos próprios meios que os autores partem, mas sim da racionalidade desenvolvida pelo sistema. Conforme aponta Jesús Martín-Barbero:

“os procedimentos de massificação vão ser pela primeira vez pensados não como substitutivos, mas como constitutivos da conflitividade estrutural do social. O que implica uma mudança profunda de perspectiva: em lugar de ir da análise empírica da massificação à de seu sentido na cultura, Adorno e Horkheimer partem da racionalidade desenvolvida pelo sistema – tal e como pode ser analisada no processo de industrialização-mercantilização da existência social – para chegar ao estudo da massa como efeito dos processos de legitimação e lugar de manifestação da cultura em que a lógica de mercadoria se realiza.” (Martín-Barbero, 2001, p 75)

Além da inversão do ponto de partida, a oposição à tradição empirista e positivista se dá pela concepção acerca da própria natureza dos conceitos, pois estes, como explicam em *Soziologische Exkurse* (1956), não derivam da observação “externa” dos objetos, mas são constitutivos deles, o conceito constrói o objeto. É no objeto, no produto da indústria cultural e não no processo de comunicação, que se pode apanhar o modo pelo qual as relações de produção historicamente definidas se cristalizam. (COHN, 1973, p. 154)²⁶. Dessa maneira, tentando compor a racionalidade do sistema a partir da análise dos produtos da

²⁶ Discutimos mais profundamente esta questão no encerramento do quarto capítulo.

indústria cultural, faz-se interessante a recorrência, mesmo que por contraposição, à arte autônoma, cujas bases teóricas já estavam suficientemente desenvolvidas pela filosofia e pela sociologia alemãs. Se uma ligação histórica entre a indústria cultural e a “arte séria” não é posta às claras, somos levados a crer que a escolha da arte autônoma como parâmetro para a análise dá-se pelo fato de a mesma prestar-se como excelente suporte teórico para a discussão.

O Receptor de Adorno e Horkheimer

A adoção da arte como parâmetro e da obra como objeto de análise permite desvendar algumas artimanhas do sistema, como por exemplo, a ilusão de liberdade, mas faz com que os autores não enxerguem outra série de questões. O pensamento sobre arte em filosofia e sociologia repousa na análise da legalidade própria da esfera estética. Numa situação ideal em que a arte realiza-se plena e autonomamente, pensa-se na obra como reflexão do espírito, portadora da Idéia, como expressão puramente estética, não dependente da racionalidade da esfera econômica, política ou religiosa, por exemplo. Pensar arte e sociedade significa colocar a primeira em um patamar completamente diferente de qualquer outra atividade, como algo pertencente ao mundo mas não submetido a ele.

Mesmo explanando a distância entre a indústria cultural e a ideal esfera da arte autônoma, os autores aplicam à primeira métodos de análises tradicionais à segunda. **A arte revista em crítica não analisa o receptor, analisa a si mesma.** Como já foi dito, diretores de cinema, personagens de quadrinhos e desenhos animados, estilos musicais são citados nominalmente e sua “obra” analisada com relação à linguagem padronizada empregada e à sua finalidade dentro do sistema industrial.

Desta maneira, tendo em vista o esquema linear de transmissão de informação clássico nas análises do processo de comunicação, podemos afirmar que os autores concentram sua análise em torno da produção e principalmente dos produtos em si da indústria cultural. Com relação ao produto ou mensagem, a análise das “obras” apresenta-se sempre com um teor de crítica de arte. Do lado do produtor, está toda a análise sobre a indústria cultural como indústria

constituída e como peça chave na manutenção do sistema social vigente. Diretores e produtores são sujeitos que mais reproduzem o sistema do que agem nele criativamente. Mesmo as resistências ao sistema, que são imediatamente por ele acolhidas, aparecem do lado dos produtores. “Assim, também sobrevive na indústria cultural a tendência do liberalismo a deixar caminho livre a seus homens capazes” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 124). A liberdade e a capacidade estão situadas no campo da produção, apesar de o produto desta ser sempre abominável em razão de estar submetido a esse modo de produção industrial e ao mercado.

Em poucas passagens do texto, Adorno e Horkheimer dão pistas de como encaram o receptor dentro do esquema da indústria cultural: “Reduzidos a um simples material estatístico, os consumidores são distribuídos nos mapas dos institutos de pesquisa (que não se distinguem mais dos de propaganda) em grupos de rendimentos assinalados por zonas vermelhas, verdes e azuis” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 116). “Reduzidos a um simples material estatístico”. É assim que a indústria cultural encara o seu público. Os institutos de pesquisa (menção implícita aos colegas funcionalistas norte-americanos), os métodos de medição de audiência e as próprias estatísticas utilizadas para compor uma grade horária ou determinar o preço de um determinado espaço para a veiculação de propaganda são a prova disso.

Porém, o que defendemos é que o fato de a indústria cultural, ou seus produtores e pesquisadores enxergarem seus receptores de uma forma massificada não implica necessariamente que eles assim o sejam. Adorno e Horkheimer não questionam em momento algum se a concepção do público elaborada pelos agentes da indústria cultural se enquadra na realidade. E nem poderiam contestar. Baseando sua análise sobre a indústria cultural como um sistema global, mas a partir da produção, os autores não conseguem observar os receptores por um outro ângulo que não o da própria indústria cultural.

Quando, por exemplo, escrevem sobre a atrofia do espectador – “Atualmente, a atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural não precisa ser reduzida a mecanismos psicológicos” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 119) – os autores não escrevem olhando para o sistema

a partir do próprio espectador. Pelo contrário, a análise parte unicamente dos produtos da indústria cultural, considerados pelos autores extremamente rasos, iguais uns aos outros e “atrofiantes” do pensamento por sua constituição objetiva. Um filme ou uma peça de rádio é feita para que o espectador não precise pensar: “O espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação: não por sua estrutura temática – que desmorona na medida em que exige o pensamento – mas através de sinais. Toda ligação lógica que pressuponha um esforço intelectual é escrupulosamente evitada” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 128). Para Adorno e Horkheimer, a natureza do produto, facilmente absorvido sem necessidade de reflexão intelectual, já é suficiente para fazer crer que o receptor aja exatamente da maneira que a indústria cultural deseja, isto é, sem pensar.

Além deste ponto de vista que observa o mundo pelas lentes da racionalidade da própria indústria cultural, desmascarando várias artimanhas, mas ao mesmo tempo caindo nas mesmas por tê-las como representantes concretas de um todo implacável, a posição dos autores com relação às possibilidades de ação num processo de comunicação contribuem para o papel diminuto que o receptor ocupa nas análises clássicas da Escola de Frankfurt.

Adorno e Horkheimer escrevem: “A passagem do telefone ao rádio separou claramente os papéis. Liberal, o telefone permitia que os participantes ainda desempenhassem o papel de sujeito. Democrático, o rádio transforma-os a todos igualmente em ouvintes, para entregá-los autoritariamente aos programas, uns iguais aos outros” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 114). Deduzimos daí que para os autores o indivíduo só é sujeito enquanto produtor. A recepção no processo de comunicação é inteiramente passiva, não sendo esperado de quem ocupa esse papel nenhum tipo de ação, principalmente na recepção dos produtos da indústria cultural, em que não há a menor possibilidade de *feed back*. A pessoa comum massificada perde qualquer condição, seja prática ou ideológica, de ser sujeito da história.

Em poucos trechos, são lançados olhares diretos aos receptores. E estes são sempre vistos em uma posição completamente submissa:

“Assim como os dominados sempre levaram mais a sério do que os dominadores a moral que deles recebiam, hoje em dia as massas logradas sucumbem mais facilmente ao mito do sucesso do que os bem-sucedidos. Elas têm os desejos deles. Obstinadamente, insistem na ideologia que as escraviza. O amor funesto do povo pelo mal que a ele se faz chega a antecipar as instâncias de controle.” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 125).

Mais que repetida, a visão que a indústria cultural faz do seu público é aqui acentuada. Os receptores são passivos e resignados, não somente porque são submetidos a um sistema totalizante que ocupa suas horas de trabalho e de ócio, mas por definição. Qualquer esboço de reação do receptor, mesmo que seja uma aceitação da subordinação pela continuidade da submissão a novos mas indistintos produtos da indústria cultural, é ignorado. Recepção é igual a passividade. A continuidade da produção de bens culturais ideologicamente carregados de resignação é, assim, condição suficiente para a determinação das características alienadas de seus espectadores.

DIVERSÃO - A isso tudo ainda se soma a visão negativa da diversão: “A diversão favorece a resignação, que nela se quer esquecer” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p133). Diversão é sinônimo de alienação.

“A diversão tornando suportável uma vida inumana, uma exploração intolerável, inoculando dia a dia e semana após semana ‘a capacidade de cada um se encaixar e se conformar’, banalizando até o sofrimento numa lenta ‘morte do trágico’, isto é: da capacidade de estremecimento e rebelião”, resume Martín-Barbero (MARTÍN-BABERO, 2001, p. 78-79).

Ou nas palavras de Adorno e Horkheimer:

“Divertir-se significa estar de acordo. (...) Divertir significa sempre: não ter que pensar nisso, esquecer o sofrimento até mesmo onde ele é mostrado. A impotência é a sua própria base. É na verdade uma fuga, mas não, como afirma, uma fuga da realidade ruim, mas da última idéia de resistência que essa realidade ainda deixa subsistir” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 135).

Apelar para o humor e para a diversão são artimanhas que garantem aos meios de comunicação de massa o cumprimento de seus objetivos: posar de fuga ao desgastante mundo do trabalho, ligando o trabalhador ainda mais a ele. Levando a vida que leva, oprimido dentro das fábricas, com a imaginação atrofiada e buscando apenas prazer e diversão em suas horas de ócio, não se pode mesmo esperar muita coisa do receptor imaginado por Adorno e Horkheimer.

Relativizando

A conclusão mais evidente de uma primeira revisão crítica das teorias de sociologia da comunicação de massa é a de que os efeitos sociais da televisão não podem ser avaliados somente pelo estudo do meio ou de suas mensagens. Adorno mesmo explicita isso em “Televisão, consciência e indústria cultural”²⁷. Ter o foco do estudo exclusivamente voltado para o produtor ou o produto significa supor que não haja interferência externa no processo de comunicação e que os objetivos dos controladores dos meios são plenamente alcançados, uma vez que o receptor estaria totalmente submisso aos meios de comunicação de massa.

A leitura de “A Indústria Cultural” nos dá essa impressão, mas textos mais específicos do próprio Adorno, que abordam não só os meios e as mensagens, mas também sua compreensão pelo espectador e a formação deste, dão conta de que a televisão tem efeitos diferentes em espectadores de ambientes sociais e formação distintos. Em “Educação Após Auschwitz”, Adorno escreve:

“Repudio qualquer sentimento de superioridade em relação à população rural. (...) Penso até que a desbarbarização do campo constitui um dos objetivos educacionais mais importantes. Evidentemente ela pressupõe um estudo da consciência e do inconsciente da respectiva população. Sobretudo é preciso atentar ao impacto dos modernos meios de comunicação de massa sobre um estado de consciência

²⁷ “Os aspectos sociais, técnicos e artísticos da televisão não podem ser tratados isoladamente. São amplamente interdependentes: por exemplo, a qualidade artística depende da consideração inibidora pela massa do público, que só a inocência impotente permitiria não se levar em conta...” (ADORNO, 1971, p. 346).

que ainda não atingiu o nível do liberalismo cultural burguês do século XIX". (ADORNO, 1995, p. 130).

Adorno preocupa-se com o efeito mais danoso dos meios de comunicação de massa sobre populações "mais atrasadas", desta forma assume que os meios de comunicação de massa têm efeitos diferentes de acordo com o nível de consciência crítica do receptor. Mais do que isso, em um texto específico sobre a televisão, "*How to look at television?*", Adorno esclarece que acredita na possibilidade de formação de um espectador crítico capaz de "ver TV sem ser iludido, ou seja, sem se subordinar à televisão como ideologia" (Adorno, 1995, p 79). O autor propõe um ensino voltado aos meios de comunicação de massa:

"este ensino deveria desenvolver as aptidões críticas, ele deveria conduzir as pessoas, por exemplo, à capacidade de desmascarar ideologias; deveria protegê-las ante identificações falsas e problemáticas protegendo-as sobretudo em face de propaganda geral de um mundo que a mera forma de veículos de comunicação de massa desta ordem já implica como dado". (Adorno, 1995 p. 79 e 80).

"A Indústria Cultural" e sua leitura local

O pensamento de Adorno e Horkheimer, chegou ao Brasil e a outros países da América Latina como uma opção teórico metodológica extremamente atraente aos pensadores de esquerda por possibilitar críticas ao sistema vigente que outros esquemas teóricos não proporcionavam. Porém, o que no início foi aproximação apaixonada, posteriormente tornou-se embate também passional para alguns pensadores da comunicação de massa, "porque paradoxalmente fomos descobrindo tudo o que o pensamento de Frankfurt nos impedia de pensar por nós próprios, tudo que o que de nossa realidade social e cultural não cabia em sua sistematização, nem em sua dialética" (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 76). Cresceu, então, a visão, não só na América Latina mas também nos países de língua inglesa, acerca de Adorno e Horkheimer como vilões elitistas e anti-

populares²⁸. Muito dessa visão permeia a leitura que os pesquisadores dos Estudos de Recepção fazem dos autores frankfurtianos (leia-se Adorno²⁹) até hoje.

Fora do contexto da filosofia alemã ou da crítica de arte, ou seja, como o texto tem sido lido na maioria das escolas de Comunicação, a idealização da esfera artística e o quadro pessimista pintado acerca dos produtos culturais destinados às massas soam como um elitismo exagerado e provocam reações de indignação em quem, por estudar comunicação, provavelmente nutre algum tipo de simpatia pelos *media* ou ao menos por suas possibilidades.

Acreditamos que essa aversão causada por um primeiro contato com o texto “A Indústria Cultural” seja resultado muito mais de um estranhamento do tratamento dado à questão do que às reais colocações dos autores. Talvez esse seja o maior problema de “A Indústria Cultural” no pensamento em comunicação brasileiro: o texto fatalmente é lido fora de seu contexto teórico, ou seja, sem o conhecimento dos termos em que se dá o debate alemão sobre arte e cultura. A forma fragmentada, o cenário pintado com tons fortes e a distância cultural e histórica entre autores e leitores podem ser consideradas barreiras para seu entendimento. O livro **Dialética do Esclarecimento** foi originalmente pensado para ser um estatuto completo da posição compartilhada por Adorno e Horkheimer, um resumo do pensamento frankfurtiano. A ambição teórica do livro contrasta, para aqueles que não estão familiarizados com a literatura ou a filosofia alemãs, com a natureza fragmentada de seu estilo literário. Grandes parcelas do texto parecem ter, e realmente têm, sua origem em notas de discussões. A segunda característica que pode representar uma barreira ao entendimento deriva do cruzamento cultural. “Dialética do Esclarecimento” cobre várias áreas teóricas e é extremamente erudito nos saltos que dá de algum tema recorrente da alta cultura europeia a outro para explicar condições históricas e

²⁸ Para críticas ver: COLLINS, J. *Uncommon Cultures: Popular Culture and Post-Modernism*. New York: Routledge. 1989 e THOMPSON, J.B. *Ideology and Modern Culture: critical Social Theory in Era of Mass Communication*. Stanford, CA: Stanford University Press, 1990.

²⁹ Theodor Adorno é o autor da Escola de Frankfurt com maior influência nos estudos de comunicação brasileiros. Comumente, ele é tido como o autor principal de “Indústria Cultural”, pois desenvolveu o pensamento sobre estética e cultura de massa até sua morte em 1969. Horkheimer, por sua vez, não seguiu a mesma linha temática, mas nem por isso pode ser considerado secundário na autoria do texto. No ensaio “Arte e Cultura de Massa” de 1941, Horkheimer antecipa muitos dos temas do capítulo. Walter Benjamin também possui grande penetração entre nossos estudiosos, sendo muitas vezes confrontado com Adorno.

contemporâneas. Sua leitura presume nada menos que um conhecimento enciclopédico da história cultural e intelectual da Europa (PETERS, 2003a, p. 60-61).

Assim, um texto produzido na década de 40 por pensadores alemães radicados nos Estados Unidos foi “descoberto” no Brasil na década de 60 e suas proposições tornaram-se predominantes no pensamento em comunicação logo em seguida, enquanto essa escolha satisfazia os interesses de intelectuais preocupados com a crítica do sistema estabelecido e com a busca de um método que lhes permitisse uma tomada de posição política ainda dentro da prática científica. Vale lembrar que politicamente o período foi marcado por regimes autoritários e repressivos por toda América Latina.

Talvez o interesse da intelectualidade de esquerda tenha se mantido o mesmo, mas as condições sócio-políticas alteraram-se radicalmente nos países latino-americanos entre as décadas de 1960 e 1980. Sem falar nas mudanças institucionais ocorridas nas universidades brasileiras, com a criação das faculdades de Comunicação. Alterava-se então o cenário de recepção das teorias sobre Comunicação.

Mas a leitura de um texto a partir de um referencial diferente daquele em que o mesmo foi balizado também pode ser produtiva. A questão do receptor enquanto sujeito, por exemplo, fundamental no pensamento latino-americano em comunicação, não é central no debate em que se insere “A Indústria Cultural”. Mas a leitura realizada a partir daqui, isto é, a partir das preocupações latino-americanas, nos permite buscar a caracterização de receptor dos meios de comunicação de massa de Adorno e Horkheimer.

Retomando a leitura do texto, não há possibilidade de ação ou resistência para o receptor, assim como não há nada de positivo na indústria cultural. Porém, o prognóstico apocalíptico que constitui o ponto mais marcante do texto em suas leituras dentro do campo da comunicação pode ser também resultado da ausência de uma análise de aspectos não tão negativos da indústria cultural. Essa ausência é reconhecida pelos próprios autores, como se pode ver em duas sentenças sobre o capítulo da indústria cultural, encontradas no prefácio de

1944³⁰, mas que estão faltando nas edições posteriores: “Longas sessões, terminadas há tempos, esperam somente uma edição final. Nelas também os aspectos positivos da cultura de massa serão discutidos” (ADORNO e HORKHEIMER, 1944, p. viii – Apud: PETERS, 2003a, p. 65). A frase foi suprimida das edições seguintes e a discussão sobre aspectos positivos da indústria cultural nunca foi realizada nem por Adorno, nem por Horkheimer.

Mesmo se não formos tão exigentes e considerarmos a extrema negatividade como um recurso crítico que dá maior realce ao problema da não realização da promessa do esclarecimento, há outra ausência fundamental que surge do embate dessa teoria com os Estudos Latino-americanos de Recepção. A ausência dos matizes das cores, das sutilezas que compõem a vida, mesmo quando ela é determinada pela lógica de um sistema que se quer total.

O que na Alemanha de Hitler e nos Estados Unidos de Hollywood era quase impossível de se perceber, na América Latina do fim do século XX fica impossível de se ignorar. Com e para muito além da indústria cultural, o popular existe, o popular resiste, o popular se modifica. A indústria cultural é mais do que uma máquina de moer gente e fazer dinheiro através da dominação, ela é um sistema complexo cujas artimanhas não se desvendam somente a partir de si mesmas. De outro grande teórico de origem marxista, o italiano Antônio Gramsci, os estudiosos latino-americanos aprenderam que o tratamento maniqueísta dado à questão da dominação pode facilitar a criação de esquemas teóricos, mas pouco serve para levar adiante a compreensão da complexidade dos processos de comunicação reais, pois: “nem toda assimilação do hegemônico pelo subalterno é signo de submissão, assim como a mera recusa não é resistência, e que nem tudo que vem ‘de cima’ são valores da classe dominante, pois há coisas que vindo de lá respondem a outras lógicas que não são as da dominação” (MARTÍN-BARBERO, 1999, p. 119).

³⁰ Antes da publicação holandesa de “*Dialektik der Aufklärung*”, em 1947, houve uma tiragem de 500 cópias realizadas pelo *Institute for Social Research* dos Estados Unidos, em 1944, sob o título de “*Philosophische Fragment*” (Fragmentos filosóficos)

Comunicação, Cultura e Sociedade: Raymond Williams

“Os conceitos básicos, dos quais partimos, deixam repentinamente de ser conceitos para converterem-se em problemas; não problemas analíticos, mas movimentos históricos, que contudo não foram resolvidos”

Raymond Williams

É bastante significativo o fato de Jesús Martín-Barbero iniciar o livro “Dos Meios às Mediações”, considerado um dos textos fundadores dos Estudos Latino-americanos de Recepção, com esta citação de Raymond Williams. Em primeiro lugar, a citação explicita logo de entrada a tarefa que será empreendida por Martín-Barbero no início de sua pesquisa: a *historicização* de alguns “conceitos básicos” para a compreensão do debate teórico que fundamenta as discussões sobre comunicação no subcontinente. Como o próprio Barbero explica, “historicizar os termos em que se formulam os debates já é uma forma de acesso aos combates, aos conflitos e às lutas que atravessam o discurso e as coisas” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 33).

A concepção da linguagem como prática social, que possibilita a utilização do recurso metodológico de historicização de conceitos como modo de aferir transformações sociais é apenas um dos ensinamentos de Raymond Williams. Mais do que um método (cuja exclusividade não é dos Estudos Culturais), o que os Estudos Latino-americanos de Recepção herdaram de maior valor dos Estudos Culturais Britânicos é uma concepção de cultura mais ampla, que resgata o conceito de um domínio de objetos privilegiados para sua aplicação a todas as formas de produção de significado na vida social.

Por vários motivos, essa herança não se dá de forma direta e tampouco é algo simples de se aferir. Como explica a professora do departamento de Língua Inglesa e Literatura Inglesa e Norte-americana da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo Maria Elisa Cevasco: “Certamente muitos outros países tiveram uma ou outra forma de estudos de cultura muito antes que essa etiqueta se transformasse na marca de uma

disciplina ascendente nos departamentos de humanidades a partir da Segunda metade do século XX”³¹ (CEVASCO, 2001, p. 9). Os estudos de cultura caracterizam-se por pensar a cultura como a organização dos significados e dos valores de um determinado grupo social e como um campo de luta onde estes valores e significados constroem-se, defrontam-se e modificam-se. As mais variadas ações da vida cotidiana são produtoras ou detentoras de sentido, são, portanto, elementos de onde se pode aferir a cultura. A análise da cultura expande-se para muito além da concepção dominante que via a cultura numa esfera separada da realidade sócio-histórica. Sendo assim, muitos estudos desenvolvidos sob a égide de diferentes disciplinas em várias partes do planeta, ao preocuparem-se com a cultura da classe trabalhadora, com o popular enquanto produtor de sentido, ou ao traçarem estratégias políticas de esquerda confiantes na capacidade de articulação das classes populares acabam por aproximar-se dos Estudos Culturais, uma vez que a concepção de cultura como esfera separada da realidade sócio-histórica e como propriedade exclusiva de uma elite esclarecida não lhes permitia desenvolver seu pensamento no sentido desejado. Mas foi na Inglaterra que esses estudos surgiram de forma organizada dentro do meio acadêmico e onde tomaram ares de disciplina com um projeto e linhas de ação bem delineadas. Faz-se, então, interessante observar um pouco mais de perto como se deu a formação e consolidação dos Estudos Culturais Britânicos para, em seguida, passar a uma análise mais aprofundada da “Conclusão” da obra inaugural de Raymond Williams, onde já se encontram as bases do projeto dos Estudos Culturais que se refletem hoje em dia nos Estudos de Recepção Latino-americanos.

A Formação dos Estudos Culturais Britânicos

Os Estudos Culturais surgem na Inglaterra ao final dos anos 1950 preocupados em compreender as transformações sociais e suas relações com a cultura. Organizam-se institucionalmente em meados dos anos 1960 em torno do

³¹ No Brasil, por exemplo, Maria Elisa Cevasco identifica afinidades entre a publicação britânica *New Left* e a revista *O Clima*, editada em São Paulo, entre 1941 e 1944, por um grupo de intelectuais de esquerda, do qual fazia parte Antônio Cândido. Este autor, em especial, é tido como culturalista por ver a literatura como instrumento de interpretação da realidade sócio-histórica. Para esses e outros exemplos, principalmente na área de estudos literários, ver: CEVASCO, Maria Elisa. “Estudos Culturais no Brasil”, in, *Dez Lições Sobre Estudos Culturais*. São Paulo: Boitempo, 2003.

Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS), da Universidade de Birmingham, fundado em 1964, sob a direção de Richard Hoggart. Emergem dentro do campo dos estudos literários, mas expandem em muito seu alcance ao preocupar-se com as transformações culturais em uma sociedade marcada pela presença cada vez mais forte dos meios de comunicação de massa. Empenhados na reavaliação dos saber estabelecido e voltados para a compreensão da cultura da classe operária, os fundadores dos Estudos Culturais se propõem a entender todas as formas de produção cultural, alterando a concepção de cultura dominante na tradição literária inglesa da época. Concorrem para o desenvolvimento dos Estudos Culturais, além da origem e dos objetivos pessoais de seus fundadores, as transformações sociais da Europa no começo do século XX, mais especificamente, as novas configurações político-econômicas da Inglaterra no pós Segunda Guerra Mundial; e o debate sobre cultura e sociedade corrente nos estudos literários ingleses, que mais do que palco onde se desenvolvem os novos estudos, torna-se objeto de reavaliação.

Em 1957, Richard Hoggart publica em Londres ***The Uses of Literacy: Aspects of working-class life with special reference to publications and entertainments***, um estudo sobre comunidade e cultura na classe operária e sua relação com as publicações de massa. No ano seguinte, é a vez de Raymond Williams publicar ***Culture and Society: 1780 – 1950***, no qual passa em revisão a autores clássicos da literatura inglesa buscando apontar mudanças no significado de certas palavras decorrentes de transformações históricas, econômicas, políticas e sociais. Os dois livros, juntamente com ***The Making of the English Working Class*** do historiador Edward Thompson (1963) e ***The Long Revolution*** do próprio Williams (1961) são considerados os textos inaugurais dos Estudos Culturais Britânicos.

A trajetória de Williams e Hoggart tem muito em comum. Ambos são oriundos da classe trabalhadora inglesa e chegaram ao ensino superior graças à extensão da educação promovida pelo novo Estado de bem estar social (*Welfare State*). Ao adentrar os círculos intelectuais britânicos, defrontam-se com a necessidade de reformular o modo como a classe trabalhadora era descrita, ou simplesmente ignorada, pelo pensamento dominante. Não raro, a classe trabalhadora era tida como um amontoado de pessoas de baixa capacidade

intelectual favorecidos pela natureza para a realização do labor puramente manual. Os estudantes dessa classe que ascendiam ao mundo acadêmico o faziam por possuir uma capacidade intelectual superior à média de sua classe, podendo, assim, desfrutar do “vinho amadurecido das elites esclarecidas”. Williams e Hoggart não aceitaram estas definições. Seus mundos de infância possuíam uma riqueza e tradição reais não refletidas no pensamento tradicional dos círculos intelectuais. “Cada um, a seu modo, procurou reorganizar o conceito de cultura, a partir da perspectiva de que, independentemente da gritante diferença econômica entre as classes sociais e da conseqüente restrição da classe trabalhadora às conquistas *espirituais* da sociedade inglesa como um todo, esta classe possuía *sim* uma cultura legítima” (GLASER, 2003, p. 1-3). Ambos autores dedicam-se, então, a reverter o quadro de prioridades na definição de classes e a reorganizar a crítica social.

Enquanto Hoggart, em *The Uses of Literacy*, organiza seu discurso tendo como referência dominante as novas tecnologias de comunicação, a alteração na forma de abordar as massas e suas conseqüências no modo de vida da classe trabalhadora, Williams, num projeto que se inicia com *Culture and Society*, busca uma nova teorização acerca do conceito cultura ampliando seu alcance para um sistema de relações sociais que abarcaria toda uma sociedade. O primeiro autor denuncia a existência de um inimigo externo: a produção cultural voltada para a massa e a americanização crescente dos produtos da indústria cultural, e acaba corroborando para a tradicional tese dos estudos literários ingleses da necessidade de capacitar uma minoria para guiar as massas. O segundo, luta contra um inimigo interno: as estruturas do pensamento então dominante. (GLASER, 2003, p. 3). A intervenção de Williams tem maior alcance histórico e teórico na medida em que pretende rever todo o campo de debate teórico inglês e resgatar o sentido de cultura de uma esfera de uma minoria privilegiada.

Além de realizar trabalho acadêmico propriamente dito, Hoggart, Thompson e Williams dedicaram-se a dar aulas na *Workers' Educational Association* (WEA), uma organização de esquerda para a educação de trabalhadores. Ensinar nesse tipo de instituição era mais uma intervenção política do que uma profissão. Para atingir os objetivos de uma educação pública

e igualitária capaz de construir uma nova consciência e até mesmo uma nova organização social com a inclusão da totalidade da classe trabalhadora, os professores do WEA tinham que superar a concepção da educação como mecanismo de imposição de valores da classe dominante mudando tanto a forma de ensinar quanto o que era ensinado:

“Os alunos, no mais das vezes, exigiam que os temas discutidos tivessem relação com suas vidas e, no processo de interação democrática com seus instrutores, tinham o direito de formular as perguntas que lhes interessavam, perguntas que muitas vezes estavam fora do escopo de disciplinas institucionalizadas, obrigando esses instrutores a um esforço interdisciplinar que está na base dos estudos culturais. De modo similar, o interesse dos alunos se voltava para as modificações culturais em seu curso cotidiano, e assim, por exemplo, os novos meios de comunicação era um assunto relevante”. (CEVASCO, 2003a, p. 62-63).

As escolas noturnas para trabalhadores já eram uma tradição estabelecida na Grã-Bretanha, mas foi durante os tempos de maior integração social no pós-guerra que essas instituições viveram sua maior expansão, “quando a sociedade tinha de, pelo menos, fazer um esforço para incluir os que tinham lutado para ganhar a guerra: nos anos 1950 havia 150 mil adultos matriculados em cursos de extensão universitária, e a própria WEA tinha 90 mil alunos.” (CEVASCO, 2003a, p. 62). Raymond Williams foi professor da WEA entre 1946 e 1961 e esta atividade foi crucial em vários sentidos para a criação das bases dos Estudos Culturais. Além dos temas e preocupações trazidos pelos alunos, a atuação como professor de adultos torna mais clara a noção de que pensar a cultura como todo um modo de vida envolve pensar em processos e não apenas em produtos culturais.

O momento da formação dos Estudos Culturais na Grã-Bretanha foi também o do confronto entre duas concepções de cultura e de suas diferentes perspectivas educacionais e políticas. Prevalencia no cenário intelectual britânico a concepção de cultura como um campo separado da sociedade dos modos de produção, como portadora do valores mais altos da humanidade e como detentora da sabedoria conquistada em eras de desenvolvimento de uma

comunidade orgânica que, em tempos de civilização das máquinas, já não mais existia.

Essa concepção de cultura como um campo não só separado da vida real, mas também acessível apenas a poucos e bons, está na base dos estudos de literatura inglesa que, na década de 1930 iriam se colocar como carro-chefe das humanidades, organizados sob a forma da disciplina "Inglês". O estudo da literatura inglesa começou a se estabelecer como disciplina na segunda metade do século XIX e ganhou forças ao tomar para si a tarefa de salvaguardar a ordem frente ao caos iminente provocado pela falência da religião e pelas crescentes transformações trazidas pelas inovações tecnológicas.

Já no século XIX, Matthew Arnold, autor que explicitou a concepção de cultura como um domínio separado de onde se dão os conflitos da vida real, pede à cultura um trabalho de reforma social: tem de salvar o futuro da vulgaridade, e para tal tem de se desvencilhar de qualquer ligação com o mundo das máquinas, o mundo real onde as pessoas produzem e reproduzem a vida. Arnold pensava a educação humanística, em especial a literária, como forma de salvar o mundo da anarquia da civilização.

Na década de 30, quando F. R. Leavis – delineador da disciplina "Inglês" e editor da revista *Scrutiny* - codifica Arnold para o século XX, a sociedade da máquina ou o mundo industrializado já está consolidado. A literatura torna-se então o último bastião de um passado remoto em que toda a sociedade teria coexistido de forma integrada, orgânica, e cujas obras literárias seriam seus únicos remanescentes. A leitura das grandes obras seria uma forma de acesso a essa comunidade orgânica que o século XIX, com suas máquinas dominadoras, destruiu. No presente, segundo Leavis, a cultura e a sociedade dos métodos de produção operam em esferas separadas e opostas. Num passado, houve uma ligação entre a produção cultural digna de ser chamada assim e o modo de vida, uma vez que, na sociedade orgânica idealizada, a arte de viver incluía códigos desenvolvidos de forma natural em eras de experiência contínua de relações entre as pessoas e o ambiente. Esses respeitavam valores universais e imutáveis que hoje não são mais acessíveis desde o plano da vida comum dominada pela crescente industrialização.

A literatura realiza-se como o campo onde expressam-se os valores humanos imutáveis, como o reino das formas idealizadas e eternas. Cabe à cultura vigiar a sociedade em nome do humano. Neste sentido as tarefas do crítico literário vão muito além da simples análise das obras. Compete ao crítico, munido de inteligência e sensibilidade como poucos, decidir as obras que contém os valores mais altos da humanidade e que serão consideradas “literatura”.

Chegamos ao cerne da concepção de cultura vigente na tradição inglesa à época da formação de Williams: poucos são dotados dessa capacidade de apreciação e julgamento, sendo assim, a cultura é de uma minoria:

“Em todos os períodos a apreciação discriminada da arte e da literatura depende de uma minoria muito restrita: apenas muito poucos são capazes de um julgamento espontâneo á primeira vista (exceto no caso do muito simples ou do muito familiar). Uma minoria ainda restrita, apesar de um pouco mais numerosa, é capaz de endossar esses julgamentos originais por meio de uma resposta pessoal genuína (...) A minoria capaz não somente de apreciar Dante, Shakespeare, Donne, Baudelaire, Hardy, Conrad (para dar exemplo entre os maiores) mas também de reconhecer seus sucessores contemporâneos constitui a consciência da raça (ou parte dela) em um determinado momento (...) Nosso poder de aproveitar as experiências humanas mais significativas do passado depende dessa minoria, que mantém vivos os aspectos mais sutis e mais frágeis da tradição. Dela dependem os padrões implícitos que ordenam as formas de vida mais refinadas de uma época, o sentido do que algo aqui é mais valioso que outra coisa acolá, de que devemos ir nesta e não naquela direção. Cabe-lhes (...) preservar a linguagem, o idioma cambiante de que depende a melhor forma de vida, sem o qual a distinção do espírito se apequena e perde a coerência. Para mim, dizer ‘cultura’ é dizer o uso dessa linguagem.” (LEAVIS, Apud WILLIAMS, 1992, p. 253-254)

Fica claro o papel pensado para a literatura pelos defensores do “Inglês”: um elemento de contenção das crises sociais. A minoria detentora da cultura deveria preservar os valores humanos e difundi-los por meio da educação, como

forma de minorar os males da civilização moderna. Cabe, então, ao crítico literário mais esta missão. A nova disciplina, como ressalta um manual para professores do período, deve contribuir para “promover a simpatia entre todas as classes”³². O primeiro público a quem se destina o “Inglês” são as mulheres e os freqüentadores das aulas para adultos. Em seguida, juntam-se a esses funcionários do império que irão difundir os valores da metrópole nas terras dominadas. O momento alto do “Inglês” enquanto disciplina institucionalizada nas universidades veio após a primeira guerra mundial, de novo, com função específica: ativar o sentimento nacional.

O “Inglês” representou uma virada nos estudos literários britânicos. Onde antes prevalecia a crítica do gosto do diletantismo beletrista, passou a valer a linguagem da cultura, ainda que restrita a uma minoria e desligada do mundo onde efetivamente adquire sentido. Embora a separação da cultura do mundo material tenha funcionado como repressão e dissolução da política (a civilização é vista como perdida, algo por que não vale a pena lutar), o “Inglês” conseguiu abrir um espaço de crítica no interior da sociedade inglesa, provavelmente a mais conservadora da Europa. O alvo de ataque da linguagem da cultura era o mundo “real”, do comercialismo, da exploração e da apropriação dos meios de comunicação de massa para a propagação do “lixo” cultural. Sua militância abriu espaço fundamental a partir do qual se poderia fazer a crítica da situação vigente, espaço que os Estudos Culturais tentarão ocupar para articular uma cultura mais abrangente e uma nova linha de ação política de esquerda, que efetivamente contribua para mudar o *status quo*. (CEVASCO, 2003a, p. 27-41)

Cultura e Sociedade

Num sentido não óbvio a “Conclusão” de ***Culture and Society*** é um texto fundamental para a compreensão da discussão teórica embutida nos Estudos Latino-americanos de Recepção dos meios de comunicação. O primeiro ponto que torna essa associação difícil é o fato de que, como veremos mais adiante, os Estudos Culturais Britânicos não chegam a ser corrente dominante no pensamento latino-americano em comunicação. Menos óbvio ainda pode ser,

³² H. G. Robinson. *On the Use of Classical Literature in the Work of Education*. In *Macmillan's Magazine* 11, 1860, Apud: CEVASCO, 2003a, p 29.

para um observador desavisado, compreender como um texto sobre a tradição literária inglesa sobre Cultura e Sociedade dos séculos XIX e começo do XX torna-se crucial para o entendimento da sociedade permeada pelos meios de comunicação de massa. Ou, transformando a indagação nos termos do debate inglês, como estudos literários se transmudam em estudos da cultura. Operando a transformação dos termos, permanecemos com a pergunta, mas já começamos a entrever a resposta.

Os meios de comunicação tornam-se interesse do pensamento inglês quando este passa a entender a cultura não mais como um reduto isolado, portador dos grandes valores humanos, mas como todo um modo de vida. Essa reformulação da idéia de cultura é operada por Raymond Williams em *Culture and Society* e em várias outras obras, como *Marxism and Literature* (1977) e *Culture* (1981). *Culture and Society* se define desde seu prefácio à primeira edição como uma tentativa de formular uma nova teoria da cultura:

“Parece-me que estamos chegando, por várias direções, a um ponto em que uma nova teoria geral da cultura deve ser elaborada. Neste livro, pensei em clarificar a tradição, mas acredito ser possível, a partir daqui, avançar para um completo restabelecimento de princípios, tomando a teoria da cultura como uma teoria de relações entre elementos em um modo de vida total” (WILLIAMS, 1992, p. iv)

O princípio organizador do livro é a descoberta de que a idéia de cultura, e a palavra propriamente dita em seus usos modernos gerais, introduziram-se no inglês no período normalmente descrito como Revolução Industrial. Relendo a tradição de crítica social inglesa, em autores como: Edmund Burke, William Cobbet, John Sturat Mill, Samuel Taylor Coleridge, Charles Dickens, Matthew Arnold, F. R. Leavis e George Orwell, entre outros, Williams busca apontamentos das mudanças sociais nas alterações semânticas de palavras-chave como indústria, democracia, classe, arte e, principalmente, cultura.

Na medida em estas palavras foram adquirindo novos significados, a partir do final do século XVIII, foi possível a Williams mapear uma estreita relação entre elas que até então não havia sido descrita. *Indústria*, cujo sentido era o de

um atributo humano, passa a descrever instituições produtivas. *Arte*, também de atividade humana passa a designar uma instituição que, com o tempo, intitula-se possuidora de um tipo especial de verdade. *Classe*, de divisão de um grupo, passa a designar largas divisões sociais. *Democracia* emerge como termo político na Inglaterra após as revoluções francesas e norte-americana. E *Cultura*, como veremos mais detalhadamente a seguir, tinha como principal definição um trabalho de condução e acompanhamento de um crescimento natural, expandido como metáfora ao desenvolvimento das faculdades humanas mais sutis e acaba por se constituir como esfera moral na qual os valores humanos mais elevados estariam presentes. Neste movimento de preservação do humano, a idéia de cultura adquire uma complexidade que apresenta, de um lado, um cunho conservador, de retorno a modelos de sociedade antigos, e de outro, um cunho revolucionário, de construção de um mundo mais justo. As mudanças semânticas de indústria, democracia e classe denotariam mudanças históricas nas esferas econômica, política e social, respectivamente. Mas não se trata contudo de esferas separadas, pelo contrário, o que Williams percebe através do movimento histórico das palavras e de suas relações é um esforço humano de organização de um processo que estava transformando a sociedade inglesa como um todo. (GLASER, 2003, p. 79-80).

As palavras não são encaradas por Williams como pertencentes a uma esfera linguística autônoma, como um recurso neutro pelo qual registraríamos fatos, como concebem os estruturalistas. A linguagem é antes uma formação social cuja dinâmica interna incorpora a história real de seus enunciadores. O mapeamento das alterações no uso das palavras é uma forma de estruturar e acessar a história das idéias. Por isso, Williams complementa o estudo de *Culture and Society* com o ensaio "*Changes in English during the Industrial Revolution*", publicado posteriormente como livro **Keywords**, no qual discorre – em forma quase que de dicionário epistemológico - sobre as palavras apontadas na análise de **Culture and Society** e suas alterações semânticas. Vale observar com mais profundidade o que Williams nos diz sobre o vocábulo cultura:

"Cultura é uma das duas ou três palavras mais complicadas na língua inglesa. Em parte devido ao seu intrincado desenvolvimento histórico, em várias línguas européias, mas principalmente porque agora tem sido usada em

importantes concepções em várias disciplinas intelectuais distintas e em vários sistemas de pensamento distintos e incompatíveis." A palavra Cultura vem do latim, *colere* que significava habitar (daí colono), adorar (daí culto), proteger e cultivar. O significado primário de cultura em inglês veio do francês e dizia respeito a zelar pelo crescimento natural, como cultivar, no sentido de cuidar tanto aplicado à colheita quanto a animais. Isso proveu, por metáfora, a base para o próximo estágio de significação. Cultura como processo de desenvolvimento humano foi o sentido principal entre os séculos XVIII e XIX. Duas mudanças cruciais aconteceram durante esse desenvolvimento: primeiro, uma gradual habituação à metáfora, que tornou o senso de desenvolvimento mental ou espiritual direto; segundo, a extensão de um processo particular a um processo geral.

Na complexidade do desenvolvimento moderno da palavra, prossegue Williams, podemos distinguir três importantes significados: (i) o substantivo abstrato que descreve um processo geral de desenvolvimento intelectual, espiritual e estético, desde o século XVIII; (ii) o substantivo, usado tanto em termos gerais ou específicos, que indica um modo de vida particular de pessoas, de um período, de um grupo, ou da humanidade em geral (relacionado com a palavra civilização); e (iii) o substantivo abstrato que descreve as obras e práticas da atividade intelectual e especialmente artística (daí temos cultura é música, literatura, artes plásticas, teatro e cinema). Este uso, (iii), é relativamente recente (séculos XIX e XX) e deriva da transferência do sentido (i), a idéia de um processo geral de desenvolvimento intelectual, espiritual e estético, para os trabalhos e práticas que o representam e o sustentam. (WILLIAMS, 1983, p. 87-93)

Ao longo de suas obras, Williams demonstra que a definição de cultura como um modo de vida e a definição de cultura como os produtos artísticos não representam alternativas excludentes: o valor de uma obra de arte individual está na integração do particular e da experiência comum que sua forma transmite.

Embora defenda um deslocamento da visão predominante a cerca de cultura no debate inglês da primeira metade do século XX, a visão de caráter

conservador que concebe a cultura como algo relativo a uma minoria esclarecida³³ – ligados dessa forma ao sentido (i) e com especial atenção ao (iii) –, de forma nenhuma Williams despreza a arte ou os produtos da “alta cultura”. Pelo contrário, a análise de obras de arte faz parte da análise da cultura. As grandes obras que chegam até nós como clássicas sobreviveram a uma seleção. O significado dessa seleção e a relação da obra com a sociedade no momento de sua produção pode nos revelar os caminhos das transformações sócio-históricas. Essa é uma das buscas efetivadas em *Culture and Society*.

A questão que coloca Williams em conflito com as posições vigentes no debate inglês da época é a compreensão da produção artística como atividade social e material, cujo sentido se perde quando dissociado da sociedade onde esta obra atua de forma específica. Entender a arte como uma dentre as atividades humanas produtoras de sentido é mais uma vez afirmar a cultura como algo comum ou ordinário, como preconiza em “*Culture is Ordinary*”, ensaio publicado nos mesmo ano de *Culture and Society*.

Por várias razões, Williams vai contra a idéia da existência de dois domínios separados: o da cultura, no sentido das artes, como domínio do humano e do criativo, e em oposição ao domínio do material e do repetitivo. A primeira das razões é porque não há espaço para uma concepção de uma tradição da classe trabalhadora nessas versões correntes. A cultura como arte sempre foi produzida por ou para uma classe dominante e considerar somente esta produção como cultura é menosprezar todas as outras formas de expressão e de formação de significados e valores. Outra razão está na discordância da concepção de criatividade como algo excepcional, que implica na crença na existência de uma maneira “natural” ou comum de ver e outra criativa, capaz de acessar uma realidade superior:

“A cultura tem dois aspectos: as direções e significações conhecidas, para as quais seus membros são treinados, e as novas significações e observações, que são oferecidas e

³³ A apropriação do termo “cultura” como esfera partilhada apenas por uma minoria decorreria das formulações românticas de cultura: por um lado ligada aos valores humanos mais nobres e distantes da lógica do mercado; e por outro pertencente ao mundo do espírito, afastado da política e da ação no mundo dos homens. Os altos valores humanos eram compreendidos apenas pelos poucos que não aceitavam a sociedade industrial. A separação entre cultura e civilização teria dado o golpe final ao caráter geral do termo. Ver Glaser, 2003, pp 109-123.

testadas. Estes são os processos habituais das sociedades e das mentes humanas, e vemos através deles a natureza de uma cultura: que ela é sempre, ao mesmo tempo, tradicional e criativa; que ela comporta as acepções comuns mais triviais e as acepções individuais mais sofisticadas” (WILLIAMS, 1989, p. 4)

Nem a valorização do criativo na defesa da “alta cultura”, nem seu detrimento como ilusão inferior frente à percepção realista de seres humanos pragmáticos são posições possíveis no projeto de Williams³⁴. Assim como não há sentido em uma arte deslocada da realidade sócio-histórica, não existe também uma forma “natural” de ver. A percepção dita natural tem que ser aprendida. Ela é também resultado de um processo social. “É porque vê a análise da cultura dessa maneira totalizante, que Williams pode construir, a partir dela, um ponto de vista para compreender a organização geral da sociedade e suas formas de mudança” (CEVASCO, 2001, p. 52-54). As artes, não sendo um domínio exclusivo e exclusivista de “gênios criativos”, têm, então, seus valores e significados relacionados com os valores e significados inscritos em convenções e instituições que estruturam o modo de vida de uma sociedade.

O surgimento e a expansão dos meios de comunicação de massa escancaram a interpenetração do econômico e do cultural, tornando imperativos a ampliação da concepção de cultura e o surgimento de uma nova disciplina capaz de dar conta do processo de mudança operado em todas as classes:

“Antes de nossa ‘era das comunicações’ um estudo de um produto cultural – por exemplo, de literatura – poderia até chegar a desconsiderar a relação entre formas artísticas e formas de organização econômica – por exemplo, a forma do enredo nos romances de Dickens determinada pela circulação em série de periódicos cujo lucro precisa ser assegurado. Hoje, em meios culturais contemporâneos, como o cinema e a televisão, essa ligação salta à vista. Essa situação prática força um reexame de categorias teóricas e das disciplinas através das quais descrevemos e entendemos os processos de significação”. (CEVASCO, 2001, p 56)

³⁴ Sobre a história do conceito de criatividade ver o ensaio de abertura de *The Long Revolution* (WILLIAMS, 1961)

“Conclusão” de Cultura e Sociedade

Reconstruindo o percurso das transmutações de significado da palavra cultura, Williams não só aclara os embates que estão por trás de seus usos, como também abre caminho para tornar mais clara sua própria acepção de cultura que virá a dar o tom principal dos estudos culturais em geral³⁵. Em *Culture and Society*, esse percurso é percorrido juntamente com a construção de uma tradição literária inglesa. Os autores e obras analisadas no decorrer do livro eram bem conhecidos à época da pesquisa, mas não eram conectados da maneira construída por Williams, em torno de temas centrais. Ao mesmo tempo em que organiza o pensamento inglês ao estabelecer um senso de tradição de escritos sobre cultura e sociedade, Williams localiza-se “como a última figura na linhagem que traça, um personagem de seu próprio drama” (Eagleton, 1976, p. 23). E como personagem mais recente da história, nos apresenta ao fim do livro, na “Conclusão”, o ponto de virada da trama, contestando assunções vigentes em suas principais áreas de atuação, e reformulando-as em direção a um novo modo de articulação que possibilite levar o debate para o campo de uma política cultural mais democrática e militante. É por essa virada na trama e na teoria que um livro que inicia traçando um senso de tradição em estudos literários, ao final apresenta a análise da cultura na sociedade contemporânea a partir das noções de massa, comunidade, cultura comum e, finalmente, comunicação de massa.

Na “Conclusão”, Raymond Williams nos lembra da necessidade de passarmos em revisão à história de algumas noções que utilizamos correntemente para descrever muitos dos processos da sociedade contemporânea. A maior parte do vocabulário específico para tratar dos

³⁵ Sobre a acepção de cultura em que se baseiam os Estudos Culturais, Raymond Williams, ainda em *Keywords*, esclarece que a concepção culturalista difere não só das concepções vigentes no debate em literatura britânica na época, mas também de uma outra concepção de cultura que viria a se tornar bastante conhecida no meio acadêmico, a noção de cultura da antropologia norte-americana: “Face a essa complexa e ainda ativa história da palavra, é fácil reagir selecionando um “verdadeiro” ou “apropriado” ou “sentido científico” e descartando outros sentidos como perdidos ou confusos. (...) É especialmente interessante que em arqueologia e em *antropologia cultural* a referência da **cultura** à produção *material*, enquanto em história e nos *estudos culturais* a referência primária é a *sistemas simbólicos* ou de *significação*. A complexidade não está finalmente na palavra, mas nos problemas que suas variações de uso significativamente indicam.”(WILLIAMS, 1983, p. 87-93). É importante realizar esta distinção, uma vez que, por não associar cultura ao desenvolvimento intelectual e artístico, muitas vezes o sentido de cultura para os Estudos Culturais é erroneamente associado ao sentido antropológico.

problemas relevantes à sociedade industrial brotou no primeiro período de opinião identificado por Williams, de 1790 a 1870, marcado por um longo esforço para compor uma atitude geral a respeito das novas forças do industrialismo e da democracia. Sobre a indústria, a primeira reação foi de rejeição, tanto da produção por máquina, quanto das relações sociais envolvidas no sistema fabril. Quanto à democracia, a primeira fase foi marcada pela defesa dos valores da minoria e pela a suspeita generalizada frente ao poder da massa. No segundo período, de 1870 a 1914, Williams verifica um estreitamento das discussões, voltando-se para especialização em artes e para a preocupação com políticas diretas. Depois de 1914, essas definições específicas permanecem, mas há uma crescente preocupação, que se aproxima do clímax em 1945, com as questões baseadas não somente em problemas herdados mas com novos problemas que surgem com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa e o crescimento geral de organizações de larga escala.

Ao pensar novas questões, utilizamos muitas vezes termos gerados em debates antigos ou distantes. Esses termos deslocados trazem consigo significados nem sempre explícitos, mas para os quais é preciso atentar. Como explica Raymond Williams sobre os períodos de opinião identificados na tradição do debate intelectual sobre cultura e sociedade na Grã-Bretanha:

“Não há dúvida de que de todos os períodos mantemos certas contribuições decisivas. Entretanto, na medida em que aprendemos, compreendemos que o mundo visto através daqueles olhos, embora com ele se pareça, não é o nosso. O que nós recebemos da tradição é um conjunto de significados, mas nem todos eles irão manter sua significação se, como devemos fazer, nós o aplicarmos à experiência imediata.” (WILLIAMS, 1983, p. 297)

Como personagem da trama que narra, Williams reconstrói a dinâmica das idéias sobre cultura e sociedade de seu próprio tempo. A dimensão mais abrangente atribuída para a idéia de cultura o leva a pensar questões que vão muito além da tradição literária e desembocam diretamente na forma de pensar e descrever a sociedade contemporânea enquanto sociedade de massas. Usar, como se usa regularmente, as idéias de “as massas” e suas derivadas “civilização

de massa”, “democracia de massa” e “comunicação de massa”, é iniciar um debate sobre a contemporaneidade com termos carregados de significados herdados de uma tradição conservadora. O cerne do problema é identificado na origem da palavra “massa”, que surge no cenário britânico como reação negativa a mudanças sociais ocasionadas pelo industrialismo:

“ ‘Massas’ foi a nova palavra para a idéia de população³⁶, e ela é uma palavra muito significativa. Parece provável que três tendências sociais concorram para confirmar-lhe o sentido. Em primeiro lugar, houve a concentração de habitantes nas cidades industriais, acelerada pelo aumento geral de população e agravada pela continuada urbanização. Em segundo lugar, houve a concentração de trabalhadores nas fábricas: de novo, uma massificação física, imposta pela produção por máquina; também, uma massificação social, nas relações de trabalho imposta pelo desenvolvimento da produção coletiva em larga escala. Terceiro, houve o conseqüente desenvolvimento de uma classe trabalhadora organizada e auto-organizável: massificação social e política.” (WILLIAMS, 1983, p. 297-298)

Na prática, massa era qualquer um desses agregados e sua inter-relação possibilitou o uso do termo “massa” com certa unidade. A origem do termo como um substituto para população fez com que certas características do velho termo, como “credulidade, volubilidade, preconceitos de grupo, vulgaridade de gosto e de hábitos”, ficassem retidas em seu significado. Dessa maneira, pensar em massa era pensar em uma ameaça perpétua à cultura, enquanto repositório dos valores mais altos do espírito e do intelecto humano: “*Pensamento de massa, sugestão da massa, preconceito da massa* ameaçavam afogar o pensamento e o sentimento individual qualificado. Até a democracia, com sua reputação clássica e liberal, perderia o seu sabor, transformando-se em *democracia de massa*” (WILLIAMS, 1983, p. 298). A democracia, descrita como democracia de massa, é assim a regra da população, o governo da vulgaridade e da mediocridade.

A visão pejorativa da democracia de massa é entendida por Williams como uma resposta da minoria ameaçada. No contexto analisado, as massas estão

³⁶ Do inglês, *mob*.

associadas à classe trabalhadora, que por sua vez tem expresso sua intenção de mudar a sociedade em muitos dos seus aspectos. A forma política de utilização do termo massa converte a maioria das pessoas em algo a ser temido ou odiado.

No ponto em que Williams se põe a pensar a “sociedade de massas”, urge ligar os significados dos termos do debate à experiência real. O que de fato é a massa na experiência cotidiana? “As massas são sempre os outros, aqueles que não conhecemos e que não podemos conhecer”, responde Williams:

“Nossa concepção pública normal de uma pessoa é a do ‘homem da rua’. Mas, nenhum de nós se sente como simples homem da rua; todos nós sabemos muito mais sobre nós mesmos do que isso. O homem da rua é uma imagem coletiva, mas nós sabemos a cada instante a nossa própria diferença dela. (...) ‘Massas’ é palavra de significado algo mais complexo, mas semelhante. Não penso em meus parentes, amigos, vizinhos, colegas, conhecidos como massa; nenhum de nós age ou pode agir assim. (...) Para as outras pessoas, nós também somos massa. Massas são os outros.” (WILLIAMS, 1983, p. 299 – 300)

De fato, conclui Williams, não existem massas. O que existe é apenas maneiras de ver as outras pessoas como massa. Diante do fato objetivo, o autor propõe não uma descrição da forma com que a sociedade se apresenta, mas a investigação das conseqüências do modo de ver os outros como massa, que se tornou característico da sociedade industrializada, sobre os hábitos pessoais e coletivos de pensar.

O primeiro ponto analisado por Williams é a adequação da idéia de “comunicação de massa” para pensar os processos decorrentes do desenvolvimento da imprensa, do telégrafo, do rádio, do cinema e da televisão.

A idéia de comunicação de massa parece depender muito mais da intenção daquele que está na posição do emissor do que na técnica particular empregada. As técnicas, juntamente com o crescimento da educação geral que acompanhou o desenvolvimento da democracia, realmente possibilitaram a ampliação do público receptor a um patamar nunca antes estimado. Porém, a utilização o

termo massa na descrição desse processo reflete muito mais do que sua ampliação numérica a um nível em que se torna impossível conhecer sua audiência pessoalmente. A impessoalidade do processo não pode ser justificativa para a adoção do termo. Várias outras formas de comunicação são também impessoais e nem por isso são classificadas no “balaio de gatos” pouco nobre da comunicação de massa. Um livro, por exemplo, é tão ou mais impessoal do que o rádio ou o jornal. Como lembra Williams, é tão fácil responder a um locutor de rádio ou a editor de jornal quanto a um autor contemporâneo; e tanto uma coisa como outra são mais simples do que tentar responder a Aristóteles, Burke ou Marx. O erro, aponta o autor, está em não prestarmos atenção ao fato de que muito do que é chamado de comunicação é apenas transmissão. Recepção e resposta, que completam a comunicação, dependem de fatores que não são exclusivamente técnicos.

A utilização do termo massa para a descrição da audiência dos meios de comunicação é resultado da interpretação desse público de acordo com uma fórmula:

“Nossa fórmula pode ser a da audiência como seres racionais falando nossa língua. Ou como pessoas interessadas partilhando nossa experiência comum. Ou – aqui é que as massas vão operar – como populacho: crédulo, inconstante, fácil de conduzir e de gosto e hábitos baixos.” A fórmula decorre da intenção do orador, do escritor, do jornalista ou do investigador que estiver a pesquisar os meios de comunicação. “Se nosso propósito for a educação, a arte, a transmissão de informações ou opiniões, teremos a fórmula da audiência como seres racionais interessados. Se por outro lado, nosso propósito for manipular – persuadir grande número de pessoas a agir, sentir, pensar e saber de certa maneira – a fórmula será a das massas.” (WILLIAMS, 1983, p. 303 – grifo nosso)

Ficam as perguntas: se partimos do pressuposto de que a minoria que detém a posse dos meios de comunicação e, portanto, o posto de emissor dentro do processo chamado de comunicação de massa tem como propósito manipular a maioria, de que forma se pode afirmar que esse propósito é plenamente alcançado? Somente a presença das técnicas que permitem a transmissão

múltipla das mensagens já são suficientes para que a manipulação ocorra? Ou isso também decorre do fato de as audiências serem crédulas, inconstantes e fáceis de conduzir, características atribuídas as massas? Nesse sentido, a baixa qualidade dos produtos exibidos pelos meios de comunicação seriam prova dos gostos e hábitos baixos da massa?

O que dificulta a desconstrução do lado negativo da idéia de comunicação de massa é exatamente o fato de que o círculo se fecha pelos argumentos apresentados. Os produtores, ou emissores, têm a intenção de manipular – basta ver o produto veiculado pelos meios - e os receptores, vistos como massa, são submissos e possuidores de gostos duvidosos – basta ver o produto veiculado pelos meios.

O círculo está fechado, mas o elemento fundamental do esquema permanece sem aferição direta ou uma observação mais profunda. Para que o esquema da comunicação de massa se confirme, é necessário que os receptores correspondam a idéia de massa, com toda carga pejorativa que o termo carrega. Como se pode aferir essa condição? Como se pode observar a massa, uma vez que, como expôs Williams, a massa não é um dado concreto, mas sim uma forma de ver os outros? A resposta encontrada pelos críticos contemporâneos a Williams permanecia ligada aos produtos veiculados pelos meios de comunicação de massa, sem necessariamente ter ligação direta com os reais receptores. A evidência da condição de massa e de submissão é coletada sob forma de “cultura de massa”, ou mais erroneamente, cultura popular. A existência abundante do que se poderia chamar de má arte, mau entretenimento, mau jornalismo, má propaganda ou mau argumento seria a evidência suficiente para a comprovação do que seria chamado de falta de gosto do público.

De fato, bom e mau são categorias discutíveis. Mas mesmo relativizando, fica difícil defender a qualidade dos produtos dos meios de comunicação de massa frente à produção cultural que o passado nos legou: “Se compararmos jornais sensacionalistas, propagandas de cerveja ou novelas policiais com outras do mesmo gênero, poderemos dizer que um é bom dentro do que se propõe. Mas se compararmos com tudo o que o homem já produziu e se tem como referência de qualidade ideal, não resta dúvidas de que a maior parte do que é produzido

hoje é medíocre ou ruim.” (WILLIAMS, 1983, p. 306). Williams não nega nem minimiza esta afirmação, mas faz uma pequena ressalva lembrando que a classe média do século XVII na Inglaterra, por exemplo, produziu coisas boas e más. O tempo se encarregou de selecionar.

Ainda assim, a cultura da classe trabalhadora não pode ser descrita pelo que produzem os *media*. Em primeiro lugar, porque os novos meios de comunicação não foram criados pelos trabalhadores, antes foram construídos para eles por outros. Em segundo lugar, porque não se pode reduzir uma cultura, enquanto estiver viva, a seus artefatos:

“A tentação, entretanto, de se considerar apenas os seus produtos exteriores é sempre forte. Afirma-se, por exemplo, que a classe trabalhadora está ‘aburguesando-se’, pois se veste como a classe média. Vive em casas semi-isoladas, adquire carros, máquinas de lavar e televisões. Contudo, não é ‘burguês’ possuir objetos úteis, nem usufruir de benefícios de um elevado padrão material de vida. (...) A maioria dos trabalhadores ingleses só almeja o padrão de vida material que tem homem da classe média; quanto ao mais, os trabalhadores querem, simplesmente, continuar a ser eles próprios.(...) A base primária para a distinção (entre cultura burguesa e trabalhadora) deve ser buscada no modo total de vida e, ainda aí, não devemos limitar-nos a evidências tais como a forma de morar, a maneira de vestir ou de aproveitar o lazer. A produção industrial tende a impor uniformidade nesses campos. A distinção vital se coloca em nível diferente. O elemento básico da distinção na vida inglesa, a partir da Revolução Industrial, não é a língua, nem a vestimenta, nem o lazer – pois tudo isso tende, indubitavelmente, para a uniformidade. A distinção crucial está em formas alternativas de conceber a natureza da relação social” (WILLIAMS, 1983, p. 323 - 325)

Williams vê bem claramente a distinção entre a chamada cultura burguesa e a cultura da classe trabalhadora. A relação social da classe burguesa estaria construída com base no individualismo, enquanto, na classe trabalhadora, desenvolvimento e vantagem não são concebidos em termos individuais, mas em termos de comunidade. Assim, o autor estabelece como grandes realizações da

alta tradição da classe trabalhadora os sindicatos, os partidos políticos e a luta pelo socialismo.

A cultura não é apenas um corpo de trabalho imaginativo e intelectual, é também e essencialmente todo um modo de vida. A análise desse modo de vida é uma tarefa bastante complexa, principalmente para uma ciência cujos termos do debate estão fundamentados nos valores de uma determinada classe, ou de uma determinada cultura. Quando esta passa a interessar-se de alguma maneira por uma cultura que não a sua, como pela cultura da classe trabalhadora após a Revolução Industrial, é preciso operar uma mudança nos valores que regem a análise:

“... no julgamento de uma cultura, não é suficiente se concentrar em hábitos que coincidam com o do observador. Para o observador altamente letrado há sempre a tentação de assumir que a leitura desempenha na vida da maioria das pessoas um papel importante da mesma forma que acontece na sua própria vida. Mas se ele compara seu próprio tipo de leitura com a matéria impressa mais amplamente divulgada, ele não está comparando níveis de cultura. Estará comparando o que se produz para uma população para quem a leitura é uma atividade importante, com o que é produzido para pessoas para as quais a leitura é, quando muito, uma atividade secundária” (WILLIAMS, 1983, p. 308)

Mais uma vez, o problema reside em pensar o receptor sem efetivamente estar olhando para ele. Ao contrário, a saída proposta por Williams é olhar a classe trabalhadora, no caso da Grã-Bretanha da década de 50, a partir de outra perspectiva que não a da cultura dominante. Essa é uma das maiores lutas e contribuições dos Estudos Culturais para as Ciências Sociais.

Um exemplo pioneiro de análise da classe trabalhadora a partir de sua própria perspectiva é a espécie de auto-etnografia efetuada por Richard Hoggart em *The Uses of Literacy*. Como constata Hoggart e como Williams confirma: “seja para o bem ou para o mal, a maioria não dá à leitura importância tão grande; suas idéias e sentimentos devem-se, em grande parte, a um padrão mais amplo e mais complexo de vida social e familiar.” (WILLIAMS, 1983, p. 309)

Cabe ao crítico ou ao analista perceber que existem outras formas de atividade criadora que não do gênero “teatro, concerto e galeria de arte”. Dentro da concepção de cultura proposta por Williams, atividades gerais como jardinagem, metalurgia, carpintaria e política são atividades produtoras de sentido e, portanto, atividades que devem ser levadas em conta na análise da cultura.

Não se pode descartar a importância que a leitura tem na sociedade contemporânea. Os meios de comunicação de massa estão alterando essa relação, mas a cultura inglesa do meio do século passado e até mesmo a nossa cultura permanece amplamente fundamentada na leitura. Nossas leis são escritas, o sistema financeiro depende da escrita, o pensamento acadêmico expressa-se pela forma escrita, entre outros exemplos. O problema político que se coloca, segundo Williams, é adaptar o treinamento social a uma cultura amplamente fundada na leitura. Preservar o padrão da alta cultura contra o populacho é uma atitude errada: “A ação correta (...) é a de garantir que as transformações técnicas, que fizeram nossa cultura mais dependente de formas literárias, sejam equilibradas por incremento proporcional do treinamento para alfabetização em sentido integral” (WILLIAMS, 1983, p. 310).

No fundo, a grande questão que se coloca no uso da expressão comunicação de massa é o poder intrínseco que os meios teriam de influenciar sua audiência, poder esse atribuído tanto à própria técnica (impessoal e de transmissão múltipla), quanto ao caráter de massas das audiências. Depois de rever as noções da técnica, avaliando-a como no mínimo neutra; e a noção de massa, que seria muito mais uma fórmula com a qual se vê as audiências e não como elas deveras se apresentam, Williams revê de forma sucinta a questão da dominação. Para ele, até esta noção deve ser reavaliada, pois, a despeito das novas técnicas difundidas com a Revolução Industrial, todas as civilizações podem moldar seus indivíduos de alguma maneira, seja através da tradição ou de ações educacionais intencionadas para a mudança:

“A velha cultura rural, que é tão vastamente (e por vezes tão sentimentalmente) admirada, apoiava-se na experiência de gerações, processada dentro de uma continuidade geral de condições comuns. A rapidez e magnitude das transformações que romperam esse estado de coisas jamais foram inteiramente compreendidas e, ainda que fossem, a busca de nova forma de controle comum haveria de ser lenta. Vem-se tornando hoje claro, e as evidências vêm de toda parte, que uma sociedade pode, se o quiser, educar e treinar seus membros para quase qualquer direção, com insucesso apenas ocasional. Os insucessos serão interpretados em termos de virtude ou de recidiva, conforme as circunstâncias. **Mas o que importa não é sermos todos maleáveis – qualquer cultura e qualquer civilização dependem disso – mas a natureza e o processo de amoldagem.**” (WILLIAMS, 1983, p. 311-312 – grifo nosso)

Mais uma vez, o lado negativo da comunicação de massa não está nas audiências ou nos meios, está sim nos usos que aqueles que o controlam fazem, ou melhor, na intenção dos que estão na posição de emissores: “A idéia de massas e a técnica de observar certos aspectos do comportamento da massa – aspectos selecionados de um ‘público’ e não a visão equilibrada de uma comunidade real – formataram a ideologia natural dos que buscaram controlar o novo sistema e aproveitar-se dele”. Pensar a audiência como massa e dar por fatídica a dominação é cair no engodo da minoria que controla os meios de comunicação: **“Na medida em que rejeitamos essa forma de exploração, rejeitamos sua ideologia e buscaremos uma nova definição de comunicação.”** (WILLIAMS, 1983, p. 312 – grifo nosso)

Novos *media*, democracia e comunidade

Se não são os meios determinantes, nem seus controladores, onipotentes, qualquer teoria que trate da comunicação em realidade deve ser uma teoria de comunidade. O que não facilita muito as coisas, segundo Williams, pois os padrões contemporâneos de pensamento sobre comunidade são totalmente relativos à dominação. Isso faz com que a preocupação recaia novamente nas técnicas de dominação e a “comunicação transforma-se na ciência de como

penetrar a mente da massa e produzir ali um impacto” (WILLIAMS, 1983, p. 313).

Penetrar na mente da massa, em termos mais reais e progressistas, ligar-se-ia ao desenvolvimento da compreensão individual e tal processo “é tão difícil, que nenhum de nós pode arrogar-se ou atribuir a uma instituição ou a uma classe o direito de determinar antecipadamente os caminhos de seu avanço” (WILLIAMS, 1983, p. 335). Hoje ou antes, governos e classes dominantes empenham-se em implantar as idéias “certas” na mente dos governados. Mas o empenho não é condição suficiente: “As mentes dos homens são formuladas pela sua inteira experiência e a mais habilidosa transmissão de material o qual a experiência não confirme irá falhar na comunicação. **Comunicação não é somente transmissão, é também recepção e resposta**” (WILLIAMS, 1983, p. 313 – grifo nosso).

Para pensar e realizar a comunicação através de novos registros é preciso que se compreenda que transmitir é *oferecer*. Frente a essa colocação, a forma de apresentação da comunicação pelos novos *media* deve transmutar-se de uma tentativa de dominar, de impor, para realmente um processo que almeje a comunicação, que vise conseguir recepção ativa.

Tudo referente aos meios de comunicação, tanto a visão quanto o uso que deles se faz, deve mudar para que a prática da democracia na sociedade tal qual se apresenta com o desenvolvimento do capitalismo seja garantida. Inércia e apatia são produtos sociais e não inércia bovina na natureza humana das massas. São antes, conforme Williams, armas empregadas pelos governados contra os governos. Mas essa situação, bastante cômoda e quieta aceita por vários governos, pode ser desastrosa na sociedade contemporânea. A sociedade industrial precisa não só do consentimento calado das maiorias, mas parece depender do sentimento de interesse, do esforço comum e da prática genuína da democracia, acredita Williams. Todos são recrutados pelo sistema econômico, todos devem estar absortos nele e, para que a democracia se realize nesse complexo sistema produtivo, é preciso garantir a todos a possibilidade de atuar e responder de alguma forma.

Se por um lado, a comunicação pelos novos meios tem de adotar uma atitude diferente com referência à transmissão, de forma a assegurar que suas origens sejam genuinamente múltiplas e que os canais de transmissão sejam acessíveis a todas as fontes; por outro lado, a recepção, para realizar-se de forma mais democrática, precisa ter o respaldo de uma cultura comum, de um sentimento de comunidade que se comprove pela experiência:

“Recepção ativa e resposta viva dependem, por sua vez, de uma efetiva comunidade de experiência e sua qualidade depende, com igual certeza do conhecimento de uma igualdade prática entre os cidadãos. Os vários tipos de igualdades que ainda dividem nossa comunidade tornam a comunicação efetiva difícil ou impossível. Não dispomos de uma genuína experiência comum, a não ser em raros e perigosos momentos de crise. O que isso está nos custando, em toda espécie de moeda, é hoje bem visível. Necessitamos de uma cultura comum. Necessitamos dela não para dispor de uma abstração, mas porque não sobreviveremos sem seu auxílio.” (WILLIAMS, 1983, p. 316-317)

O problema então recai na possibilidade da criação de uma comunidade efetivamente igualitária diante das desigualdades de condições materiais, da especialização crescente e da diversidade cultural sob um governo da maioria. Até o momento analisado, a existência de um sentimento genuíno de solidariedade sempre dependeu de uma profunda identidade em condições de experiência: “Em nossos dias, uma cultura comum não se confundirá com a da sociedade simples e homogênea como dos velhos sonhos” (WILLIAMS, 1983, p. 333), lembra Williams.

A única solução vislumbrada no ideário de Williams para construir uma cultura genuinamente comum na sociedade industrial é a criação de “um contexto de comunidade das condições materiais da sociedade e através do processo democrático em sua plenitude” (WILLIAMS, 1983, p. 333). Os homens devem ser vistos, e devem também ver a si próprios, não somente como integrantes do sistema enquanto força produtiva ou reduzidos a sua habilidade, mas como membros efetivos e ativos de uma comunidade. Isso diz respeito

tanto à visão que a classe trabalhadora deve ter de si mesma, quanto ao pensamento elaborado sobre a sociedade permeada pelos meios comunicação: “Libertados da ilusão da existência objetiva das ‘massas’ e de posse de uma concepção mais real e ativa dos seres humanos e suas relações, conquistamos, de fato uma nova forma de liberdade. Quando isso puder ser experienciado, transformar-se-á a substância inteira de nosso pensamento individual.” (WILLIAMS, 1983, p. 335)

A desconstrução do pensamento dominante passa também pela difícil tarefa, talvez mais difícil do que a aceitação da volatilidade do conceito massa, de reverter a tendência da sociedade contemporânea em pensar a governança, a manutenção da paz e a comunicação em termos de controle e dominação: “Apertou-se um nó que esteve próximo de estrangular toda nossa vida comum neste século. Vivemos em perigo quase insuportável, embora tenhamos atingido o máximo de aparente controle. Reagimos ao perigo, tentando conseguir o controle real. Todavia, teremos ainda de desaprender, como preço da sobrevivência, os modos de dominação inerentes.” (WILLIAMS, 1983, p. 336). Desaprender a pensar nas massas, deixar de objetivar a dominação e construir um sentimento de comunidade fazem parte de um mesmo movimento. Enquanto massa amorfa e sem rosto, os outros podem ser rebeldes passíveis de apaziguamento forçado ou ignorantes que devem ser conduzidos ao lado bom da força. enxergar os outros como pessoas exige um esforço de compreensão da cultura alheia, esforço esse que se não for atingido, pode acabar recaindo novamente na busca pela dominação. O sentimento de comunidade seria então fundamental para garantir que, a partir de uma identificação comum, a democracia se realize com seus membros colocados em igualdade de posições.

O problema da dominação ou da ausência de democracia não são os meios de comunicação. Os meios são sim parte do problema. Como constituintes importantes da dinâmica social, podem estar a serviço deste ou daquele ideal. Na Inglaterra à época de Williams e na América Latina até hoje, a maior parte dos meios de comunicação de massa segue servindo ao mesmo senhor, cuja noção de comunidade e democracia está muito aquém daquela formulada pelos ideais socialistas de Williams.

Os meios de comunicação podem contribuir para a formação de uma nova cultura comum mais solidária, mas não determiná-la, assim como não têm o poder de sozinhos impor os valores quaisquer que sejam. Uma cultura, segundo Williams, é insuscetível de planejamento. Se se almeja construir uma comunidade, deve-se assegurar os meios de vida e os meios materiais necessários para isso. Mas qual será o resultado dessa vivência, é impossível prever. Fundamentando essa visão está a noção de cultura que se apoia na metáfora de “velar pelo crescimento natural”:

“Há, ainda, obstáculos materiais que a democracia precisa vencer; mas há, também, esse obstáculo nas nossas mentes, atrás do qual tentamos manipular os outros com pressupostos de virtude, determinando, segundo o que imaginamos correto, o curso de suas vidas. Contra essa idéia é necessária a idéia de cultura, consubstanciando a atitude de velar pelo crescimento natural. Conhecer, ainda que parcialmente, um grupo qualquer dos processos de vida, põe-nos maravilhados ante a extraordinária variedade de complexidade. Conhecer, ainda que apenas em parte, a vida do homem, põe-nos maravilhados ante a extraordinária variedade de suas manifestações e a grande fertilidade de suas criações. Temos de viver segundo as nossas próprias lealdades, mas só podemos viver de modo integral em comunidade, se respeitamos as lealdades alheias, admitindo que nos cabe, a todos, deixar livres os caminhos para o crescimento.” (WILLIAMS, 1983, p. 337)

Dessa forma, mais do que uma análise da tradição ou da sociedade contemporânea, a “Conclusão” de *Culture and Society* traz o delineamento de um projeto político de esquerda. No prefácio à edição de 1987, Williams esclarece que o livro começou a ser escrito em meio à crise de crenças e afiliações pós-1945 com o objetivo de traçar um caminho pelo qual fosse possível ao autor chegar a **entender e atuar** na sociedade contemporânea. No livro e especialmente em seu capítulo final, Williams traça as primeiras e fundamentais linhas de um novo quadro de trabalho intelectual para a análise social, cultural e política, dando especial ênfase aos aspectos ligados aos novos meios de comunicação.

O projeto intelectual

A história da idéia de cultura de Williams é ela mesma um projeto cultural e político. Williams fez uma pesquisa titular para sua própria prática como crítico cultural. Especialmente na conclusão do livro: “Williams escreve como um socialista preocupado com a democracia, um humanista preocupado com a qualidade de expressão e um moralista preocupado com a adulteração das possibilidades humanas” (PETERS, 2003b, p. 218). A conclusão, retomando as noções discutidas na avaliação da tradição literária inglesa, serve como a própria assimilação de Williams da e na a tradição de análise das relações entre cultura e sociedade, introduzindo dentre o pensamento conservador dominante, uma correção de curso nos termos do debate para que seja possível construir, a partir de então, uma opção de pensamento e de ação progressista e de esquerda.

Seu trabalho serve de mediador para os debates do final do anos 50, com o efeito salutar de forçar a reelaboração da divisão crítica x empirismo, e oferece uma visão original própria, cuja riqueza talvez seja mais visível hoje do que há meio século. *Culture and Society* exemplifica o princípio hermenêutico do enriquecimento retroativo, em outras palavras, sua força é comprovada também pelos trabalhos que emergiram a partir da semente por ele plantada. O que em 1958 era uma pequena corrente, pode ser relido neste início de século XXI como a origem de poderosos rios intelectuais. A enfática afirmação de Williams: “Comunicação não é só transmissão; é também recepção e resposta” (1992, p 313) poderia ser o lema de mais de 40 anos dos Estudos Culturais ingleses e também dos Estudos de Recepção Latino-americanos, ambos interessados no estudo dos media e em como as pessoas recebem e respondem aos meios de comunicação de massa.

O interesse dos Estudos Culturais vai além dos estudos dos meios de comunicação. Como projeto interdisciplinar, se situam em um amálgama de quatro disciplinas: *media research* (ou, no Brasil, estudos de comunicação), história, sociologia e “Inglês”. Deste último retiveram o interesse pelo texto, mas incluíram formas populares de cultura, repensando o próprio conceito de literatura e ampliando a lista de obras consideradas grandes. Mais recentemente, a partir dos anos 70, a abertura e o ecletismo dos Estudos Culturais têm permitido a contribuição do estruturalismo, da semiótica, da psicanálise e, nos

dias atuais, dos estudos pós-estruturalistas. Também a partir da década de 70, amplia-se a visão antes concentrada na classe trabalhadora a partir de discussões sobre feminismo, raça e identidade³⁷. Os Estudos Culturais hoje em dia compreendem um vasto campo, constituindo-se como uma área em que várias disciplinas interatuam, visando o estudo de aspectos culturais da sociedade. (Escosteguy, 2001). Olhando especificamente para o Brasil, onde as ciências humanas apresentam sua prática fragmentada, entre outros motivos, pela existência dos múltiplos departamentos nas instituições acadêmicas, poderíamos formular a assertiva de forma distinta: em vez de constituírem um campo multi-disciplinar, são as várias disciplinas das ciências humanas que se utilizam, por vezes isoladamente, das bases teóricas lançadas pelos Estudos Culturais, principalmente os nascidos na Inglaterra do segundo pós-guerra.

Além de serem base para pesquisas desenvolvidas recentemente nos departamentos de Comunicação e ligadas ao referencial teórico dos Estudos de Recepção Latino-americanos, os Estudos Culturais Britânicos estão presentes do cenário acadêmico brasileiro nas áreas de Letras, Antropologia, Educação e História, esta última principalmente com os debates a partir de E. P. Thompson.

Os Estudos Culturais Britânicos não chegaram a ser corrente predominante no pensamento sobre comunicação no Brasil como ocorreu anteriormente com o paradigma funcionalista e com as propostas da Escola de Frankfurt. Em verdade, desde a década de oitenta tornou-se difícil identificar qualquer metodologia ou paradigma teórico que, sozinho, abarcasse os anseios ou resolvesse os problemas que afligiam os pesquisadores latino-americanos da área. O que se observa é uma pluralidade crescente de fontes na fundamentação dos debates em comunicação.

Tal pluralidade reflete-se na obra de Martin-Barbero, que se utiliza de múltiplos autores ligados aos mais variados referenciais teóricos para montar seu argumento em **Dos Meios às Mediações**. Raymond Williams está entre esses tantos autores. Além da citação que abre o livro, tem três parágrafos dedicados a análise geral de sua contribuição no capítulo "Redescobrimo o povo: a cultura

³⁷ Para uma visão mais ampla dos Estudos Culturais Britânicos na atualidade e sua trajetória desde os fundadores, ver, entre outros: CURRAN; MORLEY e WALKERDINE.1998; DURING. 1997; HALL. 1996; SPARKS, 1996 e, em especial, MATTELART & NEVEU, 2000.

como espaço de hegemonia”, item “Cultura, hegemonia e cotidianidade”. Seus companheiros de item são Antonio Gramsci, García Canclini, Richard Hoggart, Pierre Bourdieu e Michel de Certeau, entre outros. A figuração sem maior destaque, tanto de Williams quanto de outros autores, a meu ver, é um reflexo do método, que por sua vez diz muito a respeito dos estudos em comunicação no subcontinente. A constituição do campo Comunicação enquanto disciplina acadêmica independente se dá juntamente com o distanciamento de outras disciplinas, onde anteriormente a comunicação era apenas um dos objetos e cujas referências teóricas eram mais uniformes e fundamentadas. Por um lado, desatrelando-se de antigos nós que muitas vezes não diziam respeito à realidade local, o campo da Comunicação apresenta uma abertura para o novo bastante interessante e frutífera. Por outro, ao ampliar desmedidamente as possibilidades de fontes teóricas, acaba por induzir a generalizações.

O importante, com relação à Raymond Williams, não é sua figuração no livro nem mesmo a sucinta análise de sua obra. Mesmo que não esteja expresso textualmente, a visão de Martín-Barbero acerca do popular, da massa, e das lutas políticas imbricadas no processo de comunicação aproximam-se muito da visão de Raymond Williams que a leitura de ***Culture and Society*** e toda a história de formação dos Estudos Culturais Britânicos nos mostram. Em realidade, a importância maior dos Estudos Culturais no debate acadêmico mundial é menos a definição de um objeto e mais a forma (como) e a razão (por que) enfocam seus objetos. Aí, nesta forma de ver e nos motivos que organizam a ação, está o principal ponto de aproximação entre os Estudos Latino-americanos de Recepção e os Estudos Culturais Britânicos.

Tal aproximação vem sendo notada e posta as claras nos últimos anos, a ponto de os Estudos de Recepção Latino-americanos serem reconhecidos internacionalmente como Estudos Culturais. O livro ***Nuevas Perspectivas desde/sobre América Latina: El desafío de los estudios culturales***, por exemplo, é resultado de um simpósio internacional acontecido na Universidade de Pittsburg em 1998. Os textos de abertura do livro são de Jesús Martín-Barbero, Nestór García Canclini e Renato Ortiz. Mas os temas dos artigos apresentados não se restringem “às estratégias de representação na cultura popular, nos meios massivos”. Desde o final dos anos 1980, os estudos culturais

na América Latina são pautados também por “globalização e regionalização; redefinição da esfera pública e o lugar do intelectual nos processos de intitucionalização e recentralização cultural, multiculturalismo e localização dos ‘saberes locais’ com respeito aos modelos de conhecimento geridos em espaços ‘centrais’, regionais ou internacionais” (MORAÑA, 2000, p 9). Estas questões conectam estreitamente política e cultura, obrigando a uma revisão crítica de instrumentos conceituais e aparatos teóricos.

É interessante notar que o ano do seminário internacional em Pittsburg coincide com o ano de reconhecimento institucional no Brasil dos Estudos Culturais, porém, na área de literatura, com o congresso da Associação Brasileira de Literatura Comparada, Abralic, tendo como tema “Literatura Comparada = Estudos Culturais?” (CEVASCO, 2003a, 173), que realiza também estudos culturais, mais apoiando-se e conversando com outros autores do cenário regional. É importante ressaltar que os Estudos Culturais constituem um vasto campo de estudos que, como assinalamos acima, mais do que terem um objeto definido ou serem desenvolvidos dentro de uma área específica do conhecimento (tal qual a divisão tradicional das instituições acadêmicas coloca), devem sua expansão nos mais diversos pontos do planeta por apresentarem uma nova forma e uma nova razão para abordar seus objetos. A realização de Estudos Culturais no Brasil, mesmo que de forma não hegemônica, mas que aos poucos vem sendo reconhecida institucionalmente, representa a incorporação das questões mais caras para os Estudos Culturais Britânicos, como a relação entre Cultura e Sociedade como posta por Williams, e sinaliza a sintonia das pesquisas nacionais com um debate internacional maior. Sendo assim, no Brasil especificamente, e na América Latina como um todo, os Estudos Culturais não concentram-se somente nos estudos da relação entre meios de comunicação e cultura popular. Os Estudos de Recepção cada vez mais vêm sendo associados aos Estudos Culturais³⁸, principalmente à vertente britânica. Embora os Estudos de Recepção sejam apenas mais um dos campos onde se realizam os Estudos Culturais, sua associação é pertinente e profícua, concedendo aos primeiros bases teóricas mais sólidas além de um crescente reconhecimento no cenário acadêmico internacional.

³⁸ Um bom exemplo dessa relação é a discussão teórica realizada por Ana Carolina D. Escosteguy em *Cartografia dos Estudos Culturais: Uma versão latino-americana* (2001), em que compara as trajetórias e as propostas de Martín-Barbero, García Canclini e Stuart Hall, que abre a discussão sobre a temática da recepção e dos consumos mediáticos a partir do ensaio “*Encoding and decoding in television discourse*” (1980).

Popular, massivo e hegemonia: Jesús Martín-Barbero

Do final dos anos 80 até hoje, as proposições de Jesús Martín-Barbero têm sido primordiais na fundamentação teórica dos Estudos de Recepção realizados no Brasil e em outros países da América Latina. Não há dificuldades em encontrar referências ao autor como “líder”³⁹, “um dos investigadores que mais têm inspirado” os pesquisadores na área da recepção⁴⁰ ou como motivador de uma revolução teórico-metodológica⁴¹ principalmente a partir das proposições expressas no livro **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**⁴². Há um consenso entre pesquisadores da área em considerá-lo um dos principais, senão o principal teórico dos Estudos de Recepção.

Dado tamanho reconhecimento, a expressão “pai” dos Estudos de Recepção seria até plausível, não fosse um pequeno problema cronológico. Barbero seria um pai tardio dos Estudos de Recepção, um pai que reconheceu o filho (ou que foi reconhecido por ele) quando este já ensaiava seus primeiros passos. Em várias partes, pesquisadores vinham se interessando em compreender a relação da audiência, principalmente das classes populares, com os meios de comunicação de massa apoiando-se em concepções tanto do processo de comunicação quanto da composição social diferentes das propostas pelo paradigma funcionalista. Bons exemplos⁴³ desses trabalhos pioneiros, que

³⁹ “A Jesús Martín-Barbero se foi reconhecendo, ao largo dos anos 1980, como um líder da investigação latino-americana da comunicação, um ‘formulador de questões’, um impulsor do campo até a contínua renovação crítica e uma permanente e inacabável reorientação em termos de pertinência social do trabalho” – Raul Fuentes Navarro, “Un texto cargado de futuro: aproximaciones y proyecciones de *De los medios a las mediaciones en America Latina*”, in *Mapas nocturnos / Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. Bogotá, Siglo del Hombre Editores, 1998, p190

⁴⁰ Na página de abertura do site do Grupo de Trabalho (GT) de Mídia e Recepção da Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação (COMPÓS): “nosso layout (...) foi inspirado na capa da edição castelhana do livro *De los medios a las mediaciones* de Jesús Martín-Barbero, um dos investigadores que mais tem inspirado as reflexões dos membros do GT”. Itania Maria Mota Gomes, coordenadora, e Nilda Jacks, vice-coordenadora. Em: <http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/> (acessado em 02/05).

⁴¹ “O Dr. Jesús Martín-Barbero, autor do livro que revolucionou as abordagens teórico-metodológicas dos processos comunicacionais, *De los medios a las mediaciones...*” Erick R. Torrico Villanueva. “La reunión académica sobre Comunicación” in: PCLA - Volume 1 - número 2: janeiro / fevereiro / março 2000

⁴² O livro *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura e hegemonia* foi publicado pela primeira vez em castelhano em 1987. A primeira edição em português, com tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides, é de 1997.

⁴³ Em seu levantamento sobre os estudos de recepção no Brasil, Maria Immacolata Vassalo Lopes (2003, pp 69-70) destaca outros trabalhos empíricos sobre a leitura crítica dos meios, como os de: GOLDFEDER, Miriam, *Por trás das ondas da Rádio Nacional*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1980; FADUL, Anamaria, “Sobre a recepção crítica dos MCM no Brasil”, INTERCOM, 1982; CHAUI, Marilena, *Conformismo e resistência – aspectos da cultura popular no Brasil*, São Paulo, Brasiliense, 1986; SOUSA, Mauro Wilton de, *A Rosa púrpura de cada dia*

se propuseram a adentrar em um campo cuja trilha ainda não havia sido aberta por uma teoria, são as análises do jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) e das antropólogas Rosana Manhães Prado (1987) e Ondina Fachel Leal (1986). Silva realiza uma pesquisa-ação (versão mais engajada da observação participante) sobre a recepção do Jornal Nacional em duas comunidades pobres no nordeste e no sudeste do Brasil, publicada no livro **Muito Além do Jardim Botânico**. As antropólogas, de forma independente, investigam a interpretação que as telespectadoras fazem das telenovelas. O trabalho de Prado leva o título de **Mulher de Novela e Mulher de Verdade: Estudo sobre Cidade Pequena, Mulher e Telenovela** e o de Leal, **A Leitura Social da Novela das Oito**. Dez anos depois da realização de sua “etnografia da recepção”, Ondina Fachel Leal relê seu diário de campo e identifica uma angústica “altamente heurística”, decorrente exatamente da ausência de uma linha teórica que possibilitasse a observação da recepção a partir da cultura, isto é, a partir dos processos de produção simbólica: “Era como se eu estivesse dialogando com a comunicação: ‘Olha, o receptor tá vivo, ele respira, ele assiste, ele interage, ele vivencia’. E uma vez que os estudos sobre recepção praticamente inexisiam na literatura disponível, meus interlocutores eram os ‘apocalípticos’ que pensavam a mídia como Nossa Senhora de Todos os Sentidos, onipotente e onipresente” (LEAL, 1995, p. 115). De fato, as possibilidades de análise da recepção a partir dos ‘apocalípticos’ – da leitura enviesada dos autores frankfurtianos presentes nos estudos de comunicação, como verificamos anteriormente – eram bastante angustiantes para os pesquisadores preocupados em identificar as ações do receptor enquanto sujeito do processo de comunicação. De alguma forma, esses pesquisadores tinham de romper ou ao menos superar alguns dos paradigmas teóricos dominantes, como a noção de ideologia do marxismo determinista e a noção de mecânica do processo de comunicação da visão condutivista. O trabalho de Martín-Barbero vai ao encontro dessas necessidades e, se não

– *Trajatória de vida e cotidiano dos receptores de telenovela*, Tese (doutorado). São Paulo: ECA-USP, 1986. A lista dos pioneiros cresce com os apontamentos de Nilda Jacks (1999): SARQUES, Jane, *Ideologia sexual dos gigantes*, Dissertação (Mestrado), Brasília: UNB, 1981; PACHECO, Elsa Dias, *Pica-pau: herói ou vilão*, São Paulo: Loyola, 1985; FISCHER, Rosa Maria Bueno, *O mito da sala de jantar*, Porto Alegre: Editora Movimento, 1984; LOPES, Maria Immacolata V. de, *O rádio dos pobres*, São Paulo: Loyola, 1988; BEM, Arim Soares do, *Telenovela e doméstica: da catarse ao distanciamento*, Dissertação (Mestrado), São Paulo: ECA/USP, 1988; TRIGUEIRO, Osvaldo, *A TV Globo em duas comunicades rurais da Paraíba*, Dissertação (Mestrado). Recife: UFPE, 1987; e TILBURG, João Luís, *Elementos para a democratização da televisão no Brasil*, Tese (Doutorado), Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 1987.

desenha definitivamente os novos caminhos, faz ao menos um balanço dos velhos, apontando o que eles nos impediam de ver.

Mas não é somente por expressar em termos teóricos os anseios de alguns intelectuais que as idéias de Martín-Barbero atingiram tamanha força e divulgação. Como aponta o pesquisador em comunicação equatoriano radicado no Brasil Alberto Efendy G. Maldonado de La Torre, as proposições do autor têm profunda afinidade com a cultura e com o momento político latino-americano:

“lembramos que durante os anos 80 estão no auge os processos revolucionários na América Central: os movimentos camponeses e indígenas tiveram um avanço considerável; os ensaios de reforma burguesa estabeleceram regimes civis representativos, as ONGs de direitos humanos, ecologia, organização popular estavam em significativo crescimento. Com certeza, a força e a divulgação que o pensamento de Martín-Barbero obteve a partir dos anos 80 têm muito a ver com a correspondência entre seus argumentos e as mudanças políticas que aconteciam no continente. Toda a capacidade organizativa da FELAFACS, da ALAIC, da CLACSO⁴⁴ e suas redes no continente não teriam garantido o sucesso para idéias fora de época e de lugar; o pensamento de Martín-Barbero expressou no campo da comunicação social as transformações e sonhos de significativos setores sociais do subcontinente” (MALDONADO, 1999, p210)

Os Estudos de Recepção podem ser entendidos como uma resposta intelectual às novas configurações políticas regionais⁴⁵, uma nova maneira de ver as classes populares e de encontrar os lugares em que essa se constitui enquanto sujeito do processo social. Uma resposta que nasce desarticulada, levada a cabo por pesquisadores que se dedicaram a trabalhos empíricos dispostos a não encontrar correlação total com as teorias vigentes, mas

⁴⁴ FELAFACS é a Federação Latino-americana das Faculdades de Comunicação Social, ALAIC é a Associação Latino-americana de Investigadores da Comunicação e CLACSO, Conselho Latino-americano de Ciências Sociais.

⁴⁵ No Brasil, o momento político foi marcado pelo movimento “Diretas Já” e pela reabertura democrática. Jesús Martín-Barbero conclui o livro **Dos meios às mediações** com uma descrição das relações entre mídia e manifestações políticas populares no caso da morte de Tancredo Neves, afirmando que a TV soube reconhecer e dar espaço para um povo que estava redescobrando sua cidadania num espetáculo que fundia festa e política.

decididos a entender a partir da perspectiva local fenômenos cada vez mais globais. Essa compreensão a partir do local diz respeito não só às pesquisas de campo, mas também à busca de uma teoria capaz de explicar questões específicas da cultura e da sociedade latino-americanas.

Além de Martín-Barbero, outros autores têm ajudado os Estudos de Recepção a organizar suas referências teóricas. Entre eles figuram o argentino radicado no México Nestór García Canclini, que desenvolve a relação entre consumo e cultura e cuja obra fundamental é **Consumidores e Cidadãos** (1999); e o brasileiro Renato Ortiz com sua análise sobre o papel da cultura no atual processo de mundialização expressa no livro **Mundialização e Cultura** (1994). Os dois autores trabalham as relações entre cultura e as novas formas de interação global a partir da América Latina.

Os Estudos de Recepção permanecem até hoje em busca de uma fundamentação teórica mais geral sobre a sociedade, sua relação com a cultura e com os meios de comunicação. Tal tarefa ultrapassa os limites da comunicação como área de conhecimento e exige um esforço transdisciplinar, algo ainda bastante complicado dentro das instituições acadêmicas mais tradicionais no Brasil, mas que aos poucos vai sendo contornado pelas próprias necessidades desse tipo de estudo e pelo reconhecimento crescente nas mais diversas áreas da importância da comunicação massiva na constituição social contemporânea. A contribuição de Martín-Barbero, apesar de não apresentar um modelo teórico definitivo da sociedade e sua relação com a comunicação de massa, segue sendo preciosa. Talvez, seu maior valor esteja exatamente no fato de não apresentar respostas, mas sim perguntas. E a cada dia o autor faz novas observações e proposições que funcionam como correções de rumo de uma linha de estudos que surgiu antes de sua própria teoria e parece estar sempre em busca de algo que lhe deveria anteceder mas que dificilmente a alcança. Como apontou o pesquisador mexicano Raul Fuentes Navarro (1998), Jesús Martín-Barbero é reconhecido como um “formulador de questões”, o que é de fundamental importância, pois para se chegar à resposta certa (se é que ela existe), é preciso primeiro saber perguntar.

Jesús Martín-Barbero

A teoria que fundamenta os Estudos de Recepção já nasce mestiça: meio europeia e meio latino-americana; com origens na filosofia, passagens pela semiótica e aportando na comunicação, como aponta a trajetória de seu autor. Jesús Martín-Barbero nasceu em Ávila, Espanha, em 1937, e mudou-se para a Colômbia em 1963. Suas memórias de infância misturam momentos dramáticos da Revolução Espanhola dos anos 30, com fome, pobreza e solidariedade, esta última encarnada principalmente na “figura da mãe otimista, terna e solidária” que “forma o caráter essencial de uma criança do povo, que por exceções do sistema e qualidades pessoais chegou à Universidade” (MALDONADO, 1999, p. 210). Estaria aí, em sua origem humilde, um dos motivos de seu interesse pela valorização do popular na teoria.

Sua formação acadêmica está fortemente ligada ao velho continente, tendo realizado doutorado em Filosofia na Universidade de Lovaina, na Bélgica (1971) e pós-doutorado na Escola de Altos Estudos, em Paris, França. Na América-Latina, fundou e dirigiu o Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade del Valle na Colômbia (1975 – 1983) e leciona desde 2000 no programa de pós graduação da Universidade ITESO, em Guadalarrara, México.

O livro **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**, concluído em 1985, “traz as pegadas de um longo percurso”, como escreve Martín-Barbero em sua introdução. O autor iniciou sua trajetória acadêmica pela filosofia e sua formação deixa marcas perenes em sua maneira de lidar com conceitos e teorias. Uma maneira por vezes distante da contextualização sócio-histórica característica de análises de cunho sociológico. Por outro lado, a formação filosófica lhe dá uma erudição complexa e uma liberdade para passear entre diferentes autores de variadas correntes a procura de conceitos e formas de pensar que, reafirmadas ou negadas, o ajudam a construir seu argumento. “E da heideggeriana morada do ser fui parar com meus ossos na choça-favela dos homens, feita de pau-a-pique mas com transmissores de rádio e antenas de televisão”, escreve (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 27).

A chegada na comunicação se dá por meio da semiótica, por onde foi se aproximando e formulando uma metodologia que permitia relacionar o estudo da significação, ou melhor, “a produção do sentido com os próprios sentidos”:

“Dei-me conta da necessidade que existia de uma teoria que não se restringisse ao problema da informação. Não obstante, percebia a importância capital que havia adquirido a informação na sociedade; via, também, que para a imensa maioria das pessoas a comunicação não se esgotava nos meios. (...) O problema não era de falta de lógica ou coerência a uma teoria pensada em termos de emissor, mensagem, receptor, código, fonte... O problema era que tipos de processos comunicativos podiam ser pensados a partir daí. (...) Foi aí que percebi com clareza que falar de comunicação era falar de práticas sociais e que, se queríamos responder a todas essas perguntas, tínhamos que repensar a comunicação a partir dessas práticas” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 14, apud: ESCOSTEGUY, 2001, p. 42)

A percepção de que existiam certos assuntos ligados ao universo popular que as teorias hegemônicas não podiam explicar não se deu logo de entrada, pelo contrário, os primeiros trabalhos de Martín-Barbero em comunicação constituíram em indagar “como nos manipula esse discurso que através dos meios massivos nos faz suportar a impostura, como a ideologia penetra as mensagens impondo-se a partir daí a lógica da dominação à comunicação” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p 27). Dez anos antes de publicar **Dos Meios às Mediações**, Barbero escrevia um livro cujo título emblemático era **Comunicacion masiva: discurso y poder** (1978), no qual dava cabo, através da semiótica, de “leituras ideológicas de textos e de práticas”.

O deslocamento metodológico proposto em **Dos Meios às Mediações**, rever o processo de comunicação a partir de seu *outro* lado, se deu por um longo percurso. Primeiro, alguns pesquisadores começaram a suspeitar das limitações das teorias em voga, nas quais não cabia nada além das estratégias do dominador. A realidade política latino-americana estremeceu tão fortemente destruindo velhas certezas e abrindo novas brechas. Em termos de experiência pessoal, Martín-Barbero relata como ponto crítico que alterou sua percepção do problema uma sessão de cinema em uma sala popular no centro de Cali.

Enquanto ele e seus amigos se aborreciam com o filme, a maioria das pessoas sentadas na sala se envolviam e se emocionavam. Barbero compreendeu que a sensibilidade dos intelectuais e das classes populares é diferente. Perguntando-se que filme haviam visto aquelas pessoas, concluiu que “era necessário mirar o processo inteiro da comunicação massiva desde esse outro lugar que é o popular, havia que começar a pensar de outra maneira as relações do popular com o massivo” (MARTÍN-BARBERO, 1988, p. 13, Apud. MALDONADO, 1999, p. 240). É exatamente nesse sentido que se desenvolve a obra **Dos Meios às Mediações**.

Dos meios às mediações

O livro **Dos Meios às Mediações**, publicado pela primeira vez em castelhano em 1987, é dividido em três partes. Na primeira, “Povo e Massa na Cultura: os marcos do debate”, Jesús Martín-Barbero realiza o que chama de *historicização* de conceitos básicos. Constrói um debate intelectual entre autores de diferentes posições para a compreensão dos termos em que estaria baseado o pensamento contemporâneo sobre comunicação. Na segunda parte, “Matrizes Históricas da Mediação de Massa”, o autor busca, através da análise histórica da constituição dos meios de comunicação de massa, a interação entre estes e a cultura popular. Por fim, em “Modernidade e Mediação de Massa na América Latina”, Barbero identifica a existência uma tendência de pesquisas latino-americanas sobre meios de comunicação em que há espaço para o popular e propõe algumas questões para guiar futuras investigações no campo, passando finalmente a interpelar o processo de comunicação não somente a partir dos meios, mas também preocupando-se com os fins: “como estão mudando os modos de constituição e reconhecimento das identidades coletivas e a incidência tanto dos meios como dos processos de comunicação na reconstituição dessas identidades” (MARTÍN-BARBERO, 1991). Analisaremos agora mais detidamente cada uma das partes constituintes do livro atentando para a metodologia do autor, sua maneira de construir o debate que se propõe a analisar, suas intenções e a forma com que as concretiza. Nosso objetivo é compreender que base teórica é essa com a qual os Estudos de Recepção tanto se identificam.

Voltando-se a vários autores, principalmente de origem europeia, na primeira parte do livro, Martín-Barbero objetiva descobrir o movimento de gestação de alguns “conceitos básicos” que pautam os debates sobre povo e massa. Inicia sua discussão apontando um conflito entre Ilustrados e Românticos. Os Ilustrados tomam a figura do povo de maneira contraditória, por um lado buscam nela a legitimação de um novo sistema político e por outro a tomam como ameaça a razão. Maquiavel e Hobbes seriam exemplos de como a ameaça da multidão faz cair na tentação totalitária. Para Rousseau, ao contrário, a sociedade moderna só seria conceitual a partir da “vontade geral”. Ligando estes dois exemplos, Martín-Barbero encontra a contradição do pensamento ilustrado: “está contra a tirania em nome da vontade geral, mas contra o povo em nome da razão” (MARTIN-BARBERO, 2001, p. 36). Nesse movimento, de invocação do povo e articulação de sua exclusão que se formam as categorias “do culto” e “do popular”. O povo se definiria então pela exclusão, não participando da riqueza material ou cultural. A contrapartida a esse pensamento viria do Românticos, não só como integrantes de um movimento artístico, mas como representantes de um movimento intelectual que elaborou diferentes concepções do povo: herói ligado à coletividade, *alma* do nacionalismo e, numa reação contra a ilustração, uma concepção do povo ligada a um passado idealizado primitivo e irracional. Como exemplo romântico está Herder, que no século XVIII, enxergou o povo como comunidade orgânica e apresentou a poesia popular como autêntica. Hobsbawm retoma essa discussão que começa a ser importante na América Latina como aponta Morande.

Estamos apenas a seis páginas do início do livro e acho interessante realizar uma pausa para observarmos não o caminho percorrido por Martín-Barbero, mas sua forma de percorrê-lo. Como vemos, o autor propõe-se a remontar grandes linhas de pensamento e a noção de povo contida nas mesmas. Retoma autores clássicos da ciência política e outros não tão clássicos de campos por ele não definidos. Em nenhum dos casos, Barbero faz referência ao campo do saber em que estes constroem seu pensamento, às questões básicas que lhes são mais caras e nem ao menos em que país e sobre que realidade versam. Ao tratar de autores clássicos, tais omissões até poderiam ser aceitáveis, mas Martín-Barbero passeia entre “best-sellers” do pensamento ocidental e pérolas de áreas altamente específicas como se estivesse tratando do mesmo tipo de

pensamento e falando para um leitor que tivesse todos os referenciais frescos na memória. Sem maiores pudores, sou obrigada a declarar que não fazia idéia de quem era Herder ou Morande e que a leitura do texto me deu poucas dicas sobre os dois. Sobre o primeiro, imaginava ser alemão pelo título do livro: ***Volkslieder***, curiosamente citado na língua original. O segundo provavelmente seria latino-americano, pois o título de seu livro aparecia em espanhol na nota de rodapé. Joahmm Gottfried Herder é escritor e crítico literário alemão do final do século XVIII, nascido na Prússia Oriental, numa região que atualmente pertence a Polônia, estudou teologia, filosofia kantiana e foi amigo pessoal de Goethe, além de ter realizado o trabalho a que Martín-Barbero faz referência de reunião de canções populares germânicas. Pedro Morandé é nosso contemporâneo e, por que não?, vizinho, sendo decano da Faculdade de Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de Santiago do Chile. Tais informações, absolutamente sucintas, obtive em uma busca rápida na Internet (vale lembrar que em 1987, ano da primeira edição do livro, a rede mundial de computadores ainda não existia).

O que aponto nessa passagem não é um simples problema que se coloca para o leitor, que deve compartilhar do referencial do autor ou deve ter maneiras de obter informações que não lhe são dadas de primeira. Esse é apenas um dos problemas, talvez o mais simples. O mais complexo está no que origina esse modo de tratar os autores e as idéias, um modo de alguma forma desatrelado da realidade sócio-histórica. Essa forma não parece apropriada para quem, como nós, enxerga a teoria, ou melhor, os textos em que essa teoria se expressa como objetos sociais, construídos em momentos e locais específicos, nos quais a situação política e o debate intelectual em questão, além da posição pessoal do autor e da institucionalização acadêmica, estão intimamente relacionados com o tema tratado e a forma de abordá-lo. Aproximar-se das teorias de uma forma deslocada do contexto social e intelectual em que foram desenvolvidas impede o acesso às origens reais da significação dada aos termos estudados, assim como possibilita o apontamento de relações que na prática não existem. Por exemplo, Martín-Barbero percorre a pista da idéia de popular trabalhada pelos românticos a partir de “três nomes – *folk*, *volk* e *povo*”, sendo o terceiro vocábulo intercambiável com *peuple* durante a análise. Em primeiro lugar, Martín-Barbero não cita sequer de que língua está a tratar. Os “românticos” são a entidade

responsável pelo uso das três palavras em questão e pela outorga de sentido às mesmas. Primeiramente, trabalha *folk* ligado a folclore e à presença ambígua da tradição na modernidade e *volk* significando “basicamente a matriz telúrica da unidade nacional ‘perdida’ e por recuperar”. Mas de que nação está falando Martín-Barbero? De que autores? De que período e marcado por que fatos históricos e tendências políticas? Suponho, a princípio, estarmos situados no campo do debate alemão. Mas, em seguida, o autor liga o uso romântico de *peuple* a Hugo e Michelet (ou melhor, “de Hugo a Michelet”), nesse ponto parece estarmos falando dos franceses. Mas das noções geradas nessas discussões surge a “operação antropológica” iniciada por Taylor (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 40-43). Não estou afirmando que não seja possível haver uma correlação entre os debates em que as noções discutidas afloram, mas seria interessante que Barbero mostrasse de maneira clara onde e como se dá essa ligação, de que forma as noções são geradas dentro de um debate e incorporadas por outros, ou se o debate a que ele se refere extrapola realmente os limites do pensamento nacional e é compartilhado por todos os autores citados e pelos que ficam implícitos nessa passagem.

Há, seguramente, outras maneiras de reconstruir o debate Europeu sobre massa, mesmo a partir da América Latina. Uma delas, por exemplo, foi concretizada por Gabriel Cohn, atualmente professor do Departamento de Ciências Políticas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, no seu livro pioneiro **Sociologia da Comunicação: teoria e ideologia** (1973). O autor identificava à época dois problemas nos estudos em Sociologia da Comunicação: primeiro, a comunicação figurava em trabalhos de cunho sociológico apenas como mais uma variável e não como objeto central; e, segundo, seu domínio estava atulhado de conceitos pseudocientíficos que constituíam um repertório rico mas sem forma. Assim, com o propósito de contribuir com a tarefa de “limpeza sistemática do terreno” onde se desenvolve o pensamento em comunicação, Cohn realiza uma discussão teórica sobre as várias dimensões de uma noção que ele considera fundamental que é a noção de massa. Vale retomar as linhas gerais de sua análise não só para comparar sua forma de construir o raciocínio com a forma utilizada por Martín-Barbero, mas para compreendermos um pouco melhor de que debates e sobre que idéias este último versa na primeira parte de seu livro.

Os propósitos gerais e os pontos de chegada de Martín-Barbero e Gabriel Cohn são completamente distintos, mas os dois autores compartilham a mesma preocupação com a compreensão da questão da massa não enquanto fenômeno empírico, mas enquanto idéia. Para pensar a chamada “comunicação de massas” buscam primeiro compreender do que realmente se fala quando se diz massa. A reconstrução das articulações da reflexão social acerca da idéia de massa possibilita o acesso às posições intelectuais relacionadas a importantes processos históricos. E mais do que isso, enquanto trazem à tona os vários sentidos das noções, vinculam-se a essa ou aquela definição delineando ao longo da discussão sua própria posição. Os dois autores passeiam por teóricos de diferentes áreas, pois, entre outras coisas, começam a busca pelos significados dos termos em que se fundamentam o debate sobre comunicação antes da constituição desta como campo de conhecimento, ou mesmo da auto-afirmação da sociologia enquanto ciência.

Como aponta Cohn, “a preocupação com o fenômeno social *massa* é um legado do pensamento político conservador do século XIX, e remonta à reação contra a Revolução Francesa⁴⁶” (COHN, 1973, p. 19). Martín-Barbero, após concluir que Ilustrados e Românticos ligam a noção de massa ao primitivo ou atrasado e apontar as diferenças entre a valorização do povo realizada pelos anarquistas e a noção de classes defendida pelos marxistas, localiza as origens do pensamento sobre massa na “desencantada reflexão de liberais franceses e ingleses no convulsivo período pós-napoleônico que vai da restauração à Revolução de 1848” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 55). A discussão dos dois autores segue por metodologias distintas mas por linhas semelhantes, variando na organização e profundidade da argumentação, coincidindo muitas vezes nas fontes do debate, mas distanciando-se de maneira gritante não exatamente em suas conclusões, mas no que a forma de colocá-las proporcionou para os estudos em comunicações posteriores.

Cohn analisa primeiro a dimensão psico-social da noção de massa, discutindo as proposições de Gustave Le Bon em *La psychologie de foules* e

⁴⁶ Nisbet, R. A., *The Sociological Tradition*, Basic Books, Nova York, 1966, esp. pp. 31-42.

demonstrando que para o autor os indivíduos quando reunidos em massa (ou em multidões) comportam-se não de acordo com sua razão, mas seguindo uma “mentalidade coletiva” de caráter instintivo, pouco adaptado ao raciocínio, mas, contudo, rápida ao agir. (COHN, 1973, p. 19-21). O pensamento conservador que dá forma à idéia de massa desenvolve-se em vários debates e desemboca em Freud, que discute a questão da cultura (*Kulturarbeit*) em termos de renúncia aos impulsos. As massas afastam-se da cultura por não apreciarem a renúncia aos impulsos. A base desse pensamento que encara com pessimismo as possibilidades de levar adiante experiências culturais não-repressivas abre espaço para a retomada do problema da dominação à maneira que faz o grupo de Frankfurt.

Ao ressaltar a dimensão de dominação inerente à noção de massa, Cohn passa do plano psicossocial para a política, a segunda dimensão de sua análise (COHN, 1973, p. 29-52). Antes das Revoluções Industrial e Francesa, Cohn verifica a existência de um discurso pela ampliação do acesso aos direitos de um público portador de opinião politicamente significativa, depois ocorre uma inversão de sentido que alerta para o risco dessa expansão. Como representantes da visão ambígua acerca da opinião pública no pensamento liberal novecentista figuram Tocqueville e John Stuart Mill, mas a expressão teórica mais acabada surge com Hegel, que vê a opinião pública como uma forma de expressão de interesses privados instáveis e suscetíveis de controle e manipulação. A superação dos limites do pensamento burguês é operada por Marx, que converte a noção de público como suporte de opiniões na de classe e a de opinião como forma de *falsa consciência*, como *ideologia*.

A terceira dimensão analisada por Cohn da relação entre as noções de público, elite e massa é a dimensão cultural, isto é, aquela “que concerne ao gosto estético” (COHN, 1973, p. 53-62). Vale notar a utilização restrita do termo cultura adotado por Cohn, que demonstra desde já em que posição o autor se situa e até onde sua análise pode chegar, como veremos nas proposições de sua conclusão. A dimensão social, encarnada na noção “sociedade de massas” é o quarto ponto de análise do autor. Mais do que uma justaposição de noções a expressão carrega consigo o peso das características estruturais das formações sociais modernas descortinadas por Tocqueville, Durkheim e Mannheim, entre

outros. A preocupação maior das análises reside na questões de planificação, “nivelação, isolamento, a perda da individualidade das pessoas privadas, a atomização do conjunto social nas suas partículas elementares; a contraposição direta entre massa atomizada e o Estado todo-poderoso”. (COHN, 1973, p. 66). É nessa dimensão da análise, a social, que Cohn incluí os trabalhos sobre comunicação de massa realizados pelos funcionalistas norte-americanos entre as décadas de 1930 e 1940, num item intitulado “Rumo a uma Perspectiva Alternativa”. Mesmo assim, a “redescoberta do grupo primário” realizada por Paul Lazarsfeld e seus colaboradores não é suficiente, segundo Cohn, para afastar o fantasma de Tocqueville e sua descrição da planificação da sociedade norte-americana. A análise segue adentrando com mais profundidade no cenário contemporâneo e nas relações entre cultura e sociedade, num capítulo que se dedica a “caracterizar aquela dimensão tendencialmente dominante na sua esfera cultural, constituída pelo conjunto de bens culturais produzidos e consumidos em escala industrial...” (COHN, 1973, p. 99 – 129). Vários autores que trabalham a questão da “cultura de massa” são analisados, mas o que vai mais fundo em suas proposições é Adorno, cuja perspectiva desloca a análise para o nível dos produtos da indústria cultural tomados como mercadoria. Isso conduz para a próxima etapa da análise, a que relaciona teoria e ideologia, numa discussão que se afasta do campo da análise de aspectos sociais da cultura de massa e mergulha de cabeça na construção, principalmente por vias marxistas, de concepções sobre conhecimento; relação entre consciência e realidade empírica; teoria e conhecimento científico; e ideologia como falsa-teoria, falsa-consciência ou “aparência socialmente determinada”. Num giro que fecha o trabalho, Cohn relaciona a noção de Ideologia da perspectiva crítica como discurso na sua concepção mais ampla, como sistema de signos que é também um produto histórico, à tarefa da Sociologia da Comunicação. É a partir da própria teoria e do seu desenvolvimento que Gabriel Cohn delinea caminho a ser seguido nos estudos de comunicação.

Tidos os produtos da Indústria Cultural como mercadorias e ideologia como “aparência socialmente determinada”, que acaba se apresentando como idêntica à própria realidade social que a engendrou, a análise da comunicação deve concentrar-se na mensagem:

“Em suma, a análise da dimensão cultural deve centrar-se nos seus produtos – vale dizer, nas mensagens – e não nas suas formas de difusão e recepção, visto que elas, assim como as categorias sociais correspondentes – audiência, público, etc. – não têm poder explicativo. Isso porque as próprias mensagens, enquanto articuladas num sistema abrangente, lhes vedam a percepção das condições sociais que simultaneamente produzem os bens culturais, que formam o seu mundo, e essas próprias categorias”. (COHN, 1973, p. 155).

O problema que se impõe a Gabriel Cohn por todo o percurso de sua análise é teórico. A busca do autor não é pela compreensão da “comunicação de massa” enquanto fenômeno empírico, mas sim pela organização do campo teórico para, a partir daí, determinar como se deve iniciar a abordar o objeto. Os meios de comunicação e o processo de comunicação massiva estão ausentes de sua análise. Seu interesse é a teoria. Sua busca é por um corpo conceitual que conforme um estatuto teórico coerente para a sociologia que pretenda ter como objeto central a comunicação. Sendo assim, a proposta do grupo de Frankfurt, que se apóia na mais sólida tradição filosófica do ocidente, mostra-se, segundo Cohn, adequada para o estudo da comunicação. Se na teoria crítica a análise da ideologia é feita através “da construção de conceitos aptos a apreenderem, na configuração interna mesmo do objeto, as determinantes sociais da sua produção como tal; num procedimento que se opõe a tradição empirista e a positivista porque os conceitos não derivam da ‘observação’ externa dos objetos, mas são constitutivos deles” (COHN, 1973, p. 154), noções como audiência e público, portanto, que têm origem na observação externa e que não foram construídos como conceitos (não dentro do parâmetro trabalhado), não são apropriadas à análise sociológica da comunicação. A mensagem, uma vez entendida como mercadoria, pode ser analisada dentro de uma linha teórica amplamente fundamentada e em voga no Brasil da década de 1970, a linha marxista, desta vez acessada pela leitura dos autores frankfurtianos. A escolha da análise da mensagem, e não do processo de comunicação, da produção de bens culturais ou de sua recepção, além de remeter a uma teoria geral de sociedade e do conhecimento também se mostra suficiente, por esse prisma teórico, não só para a compreensão total do fenômeno, mas para que o cientista social chegue onde almeja: no desvendar da ideologia. “Tomados os bens culturais enquanto

mercadorias, a análise deve concentrar-se nelas, para apanhá-las simultaneamente como resultados de uma modalidade dada de produção e como condicionantes de modalidades correspondentes de consumo” (COHN, 1973, p. 161 – 162). Estaríamos, assim, liberados de tentar compreender o processo de comunicação a partir de qualquer outro ponto que não a mensagem, pois esta traria em si componentes e condicionantes de todo o processo e, mais ainda, nos permitiria inferir a ideologia por apresentar-se como manifestação desta.

O modelo teórico proposto por Adorno é coerente, completo dentro desta coerência e permite a construção de métodos para se aferir a ideologia, as formas de dominação do sistema, a partir dos estudos das mensagens. Isso satisfaz os requisitos que Cohn estava buscando no início da década de 1970. Mas passa longe do que almeja Jesús Martín-Barbero em finais dos anos 1980. Buscar organizar o campo teórico da comunicação não pode ser, para este último, apenas encontrar um modelo teórico coerente consigo mesmo, que tenha validade de ciência e seja construído dentro de uma linha teórica já legitimada pela academia, seja europeia ou latino-americana. Preencher todos esses requisitos não é condição suficiente para que esse modelo seja adotado e não possa ser questionado, principalmente quando suas colocações passam a interessar a debates nos quais ele não se formou e nos quais sua coerência interna pode ser fortemente questionada, não por sua estrutura, mas pelo que acaba propondo como concepção dos processos sociais por seguir esta estrutura.

Esse ponto é fundamental para destacar as diferenças entre Cohn e Martín-Barbero. Este último não busca uma teoria nos mesmos termos de Cohn. Ao final do trabalho, ambos preocupam-se em apontar caminhos para a investigação em comunicação, mas o objetivo, que para um é o encontro e a adoção de um paradigma teórico que atenda todos os requisitos da Sociologia enquanto Ciência, para outro é a busca de novos modos de ver e pensar a comunicação num processo de construção do que vai ser chamado de mapas noturnos, como veremos mais adiante. Martín-Barbero busca compreender o que esse mesmo modelo apontado como fundamental por Cohn, e outros modelos teóricos, não contemplam do fenômeno que se apresenta tão fortemente de forma real. Martín-Barbero localiza seu trabalho em um momento de rupturas:

“Por muito tempo a verdade cultural dos países latino-americanos importou menos do que as seguranças teóricas. E assim estivemos convencidos de que a comunicação nos deveria apresentar *uma* teoria – sociológica, semiótica ou informacional – porque só a partir dela seria possível demarcar o campo de interesses e precisar a especificidade de seus objetos. Entretanto, alguma coisa na realidade mexeu com tanta força que provocou uma certa confusão, com a derrubada das fronteiras que delimitavam geograficamente o terreno e nos asseguravam psicologicamente. Apagado o desenho do ‘objeto próprio’, ficamos à mercê das intempéries do momento. (...) Foi necessário perder o ‘objeto’ para que encontrássemos o caminho do movimento social na comunicação, a comunicação em processo.” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 290)

Talvez aí também se encontrem as explicações para a diferença de metodologia de abordagem das linhas de pensamento analisadas pelos dois autores. Enquanto Cohn, nos anos 1970, busca um paradigma teórico para a Sociologia da Comunicação e trabalha a partir da coerência interna das estruturações conceituais de cada teórico, Barbero se propõe a uma busca mais livre, dos caminhos percorridos pelos debates que conformam nossa forma de abordar o assunto, e trabalha com aquilo que vamos chamar aqui de noção de “idéia” (e que o autor chama de “conceitos básicos” também entre aspas).

Martín-Barbero identifica vários tratamentos dados à idéia de povo em algo que denominamos provisoriamente de debate europeu. A princípio, a idéia de povo é ligada ao passado, ao primitivo. Ao longo do século XIX, essa idéia se dissolve culminando nas idéias de “massa”, ligada à direita, e de “classe”, ligada à esquerda. O ponto de partida da idéia de sociedade de massas não está, como apontam muitos manuais de comunicação, no advento dos meios de comunicação, mas muito antes, na reflexão inglesa e francesa de meados do século XIX. “Tocqueville projeta a imagem de uma massa ignorante, sem moderação, que sacrifica permanentemente a liberdade em altares da igualdade e subordina qualquer coisa ao bem-estar.” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 57). A massa é tema para a psicologia de Le Bon e para a metafísica de Ortega y Gasset e Oswald Spengler. A conclusão geral é que a massa é incapaz de cultura.

O contraponto das proposições do velho continente, vem de idéias que ganham espaço nos Estados Unidos, onde Martín-Barbero localiza um novo e distinto debate que percebe a mudança nos espaços-chaves de socialização e transfere a crítica social do plano político para o plano da cultura. O velho esquema aristocracia x povo não tem mais lugar no pensamento norte-americano. Para Barbero, os autores norte-americanos vêem a sociedade de massa “como aquela que não é o fim, mas o princípio de uma nova cultura que os meios massivos tornam possível” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 72). Pela primeira vez, atrelada ao popular, a idéia de massas é pensada de forma positiva. Mas isso se dá às custas da exclusão da dimensão de poder das análises da cultura.

Desenhado o quadro geral das idéias de povo e massa, como elas se construíram em relação à história européia e como elas se diferenciam na concepção norte-americana, Martín-Barbero passa à análise da “Indústria Cultural”, isto é, adentra mais especificamente no campo dos estudos em comunicação a partir das idéias de Adorno e Horkheimer, que foram predominantes na América Latina (como vimos em capítulo anterior), e de seu confronto com as idéias de Walter Benjamin. A partir daqui, Martín-Barbero já não trabalha com “idéias” gerais ligadas a movimentos, mas sim com concepções (também abordadas de uma forma geral) de autores específicos. Anteriormente, também tínhamos a citação de autores e textos, porém eles eram colocados como a materialização das idéias que se queria configurar. Agora, o movimento é outro, parte-se dos autores para se acessar as suas idéias.

A tendência a um elitismo localizada em Adorno e Horkheimer, não se expressa em Benjamin: “Benjamin tinha esboçado algumas chaves para pensar o não-pensado: o popular na cultura não como sua negação, mas como experiência de produção” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 76). Benjamin se propõe a pensar as mudanças que configuram a modernidade a partir do espaço da percepção: “a nova sensibilidade das massas (relacionada com as novas técnicas de reprodução) é a da *aproximação*, isso que para Adorno era o signo do nefasto de sua necessidade de devoração (sic) e rancor resulta para Benjamin um signo, sim, mas não de uma consciência acrítica, e sim de uma longa transformação social, a da conquista do sentido para o idêntico no mundo” (MARTÍN-BARBERO,

2001, p. 86). A nova forma de recepção é coletiva e seu sujeito é a massa, que está fortemente ligada à experiência do urbano.

Em seguida, Martín-Barbero localiza o esgotamento no paradigma proposto por Adorno e Horkheimer no pensamento que aflora com as crises econômica e política dos anos de 1960 nos dois lados do Atlântico e com especial ênfase na França. “A crise de finais de 1960 revela ‘a irrupção da enzima marginal’ – os negros, as mulheres, os loucos, os homossexuais, o Terceiro Mundo – trazendo à tona sua conflitividade, *pondo em crise* uma concepção de cultura incapaz de dar conta do movimento, das transformações de sentido social”, escreve Martín-Barbero (2001, p. 95), lembrando Edgard Morin que, entre outras coisas, revaloriza o estudo dos dispositivos de intercâmbio entre o real e o imaginário na análise da cultura de massa em contraponto com a noção de *alienação* que entende qualquer passagem para o imaginário com negatividade. Michel Foucault, por sua vez, abala as teorias situacionistas a partir da elaboração da concepção de poder como produção de verdade, de inteligibilidade, de legitimidade. Para Jean Baudrillard, a mensagem acabou por devorar o real, aboliu a distância entre a representação e o real e a simulação dos meios – em especial da televisão – chega a produzir “um real mais verdadeiro que o real”, a dominação aí não é processo político, a passividade faz parte do próprio modo de ser das massas. Este pequeno debate esboçado por Martín-Barbero é encerrado por Jürgen Habermas, que questiona a existência de uma produção administrativa do sentido, resgatando a cultura como espaço estratégico da contradição, “como lugar onde o déficit de racionalidade econômica e excesso de legitimação política transformam-se em crise de motivação ou de sentido” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 100), apontando para uma nova configuração do político.

Encerrando a busca pelos “marcos do debate”, Martín-Barbero identifica um movimento recente de “redescoberta do popular” marcado pela “revisão” da idéia sobre popular nos estudos históricos: “Nos livros de história podíamos nos informar sobre as formas de vestir ou comer, a música de que gostavam ou como os ricos organizavam suas moradas; sobre os pobres somente nos falavam de sua estupidez ou suas revoltas, sua exploração, seu ressentimento e seus levantes: tudo isso sem cotidianidade, é claro, e sem sensibilidade. Faço uma

caricatura mas creio que bem reconhecível” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 115). O autor localiza, nos anos recentes, algumas pesquisas dispostas a colocar essa relação em equilíbrio⁴⁷.

Outra força que desloca o interesse das Ciências Sociais para o campo da cultura⁴⁸, principalmente para a cultura popular, é o reencontro com o pensamento de Gramsci, que proporciona um “desbloqueamento, a partir do marxismo da questão cultural e da dimensão de classe na cultura popular”. A noção de hegemonia elaborada por Gramsci possibilita pensar a dominação não simplesmente como imposição a partir do exterior, “mas como um processo no qual uma classe hegemoniza, na medida que representa interesses que também reconhecem de alguma maneira como seus as classes subalternas” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 116). Num primeiro momento, essa leitura foi deturpada por uma esquerda em crise que, de tanto se empolgar com a possibilidade do positivo na leitura da cultura popular, tendeu a exagerar a capacidade de resistência das classes subalternas. Exagero esse que aos poucos vem sendo corrigido tanto nos trabalhos empíricos quanto nas discussões teóricas.

O longo passeio pelas idéias abrangentes de massa e povo e pelas idéias de alguns expoentes do pensamento europeu e norte-americano, escolhidos a dedo e sem mais explicações – pois não são os mais lidos em algum lugar específico, nem os de determinada linha teórica, nem são os que se sucedem historicamente ou que debatem entre si –, termina assim de forma relativamente positiva. Apontando para um resgate do popular nas ciências sociais, que se faz possível a partir da retomada de Gramsci e de Walter Benjamin.

⁴⁷ Entre elas estão os trabalhos de Le Goff, que aponta a constituição do povo como cultura na Idade Média e coloca o popular como um lugar metodológico de onde se deve ler a história; de Mikhail Bakhtin, que encontra expressões populares no carnaval, no grotesco e no humor; de Carlo Grinzburg, que aborda o popular a partir das idéias de um moleiro da Itália no século XVI que tem acesso a alguns poucos livros e realiza leituras muito próprias; e finalmente de Edward Palmer Thompson, que percebe a “erosão da economia moral dos pobres” no final da idade média e aponta para a necessidade de ligar a concepção de classe operária à memória da experiência popular. Thompson, como explicitamos no capítulo anterior, é considerado um dos fundadores dos Estudos Culturais Britânicos, mas menção ao grupo britânico como linha de estudos não é feita por Martín-Barbero. Aliás, o autor não faz referência a nenhuma corrente de pensamento neste item.

⁴⁸ Dentre os pensadores que desenvolveram análises a partir da abertura proporcionada pela leitura gramsciana da cultura e das relações de classe estão Richard Hoggart e Raymond Williams – abordados no capítulo anterior dessa dissertação e que, como E.P Thompson, aparecem desligados de qualquer vinculação com uma linha de estudos mais abrangente; Pierre Bourdieu, que entende a reprodução a partir das maneiras de adquirir bens culturais; e Michel de Certeau, que resgata o que está fora da lógica da repetição.

Vale lembrar que já vimos discussão semelhante realizada por Raymond Williams em *Culture and Society* (1992), a distinção do trabalho do pesquisador britânico está na realização (e na possibilidade concreta desta realização) de um trabalho de história das idéias. A tarefa a que se propõe Williams é a de pesquisar a origem da noção de massa (e de outros termos como indústria, democracia, classe, arte e cultura) dentro do campo intelectual britânico. A limitação “geográfica” possibilita um aprofundamento da relação entre acontecimentos históricos, momentos políticos e a construção de pensamentos que expressem a estrutura de sentimento de uma época. É possível buscar a origem, por exemplo, da palavra “massa” a partir de sua introdução na língua inglesa como derivada do termo população e localizar na sua história seu caráter conservador. Trabalhar a partir de um campo de pensamento geograficamente delimitado é desvendar uma trama de significados construída sobre relações sociais que se desenlaçam a partir de uma história comum.

Parece não haver mesmo outra saída para os autores latino-americanos. Uma coisa é retomar um debate de séculos em uma sociedade cuja história política e intelectual tenha esses mesmos séculos. Outra coisa é retomar os marcos do debate num subcontinente fragmentado, cuja autonomia política foi obtida pela maioria dos países há menos de dois séculos e cujo debate sobre a cultura continuava se realizando sobre bases importadas do pensamento europeu ou norte-americano. Isso explica um pouco a multiplicidade de vozes atuantes no texto de Martín-Barbero, assim como o esforço homérico de Gabriel Cohn na organização de um movimento da idéia de massas que abarcasse todo o “pensamento ocidental”.

Como nossa cultura, o pensamento latino-americano configura-se de forma mestiça. A carga semântica que carregam os termos que utilizamos nascem nos contextos sócio-históricos dos países em que têm origem. Cada autor citado remete a um debate intelectual específico, com uma origem histórica específica, um desenvolvimento em uma região geograficamente específica, trazendo consigo as marcas não só da intencionalidade e da posição política de seu autor ou daquilo que é expresso explicitamente em sua escrita, mas trazendo também marcas um debate intelectual que o antecedeu, deu forma a seus conceitos e direcionou os problemas a serem pensados, selecionando

quais questões eram importantes e a forma de abordá-las. Fazer uso dessas teorias – como fizemos, fazemos e continuaremos a fazer – exige um exercício de adaptação e abstração. Tal exercício, que já foi incorporado à nossa rotina diária, reflete-se na obra de Martín-Barbero. É principalmente a partir de autores europeus que Martín-Barbero vai construir o debate que lhe interessa. Um debate que parece centrar-se em questões que dizem respeito à Modernidade. Como se mesmo a Europa fosse uma ou pelo menos apresentasse processos históricos e constituições sociais homogêneas. Como se o que se passou na Inglaterra encontrasse correspondência com o que se passou na França ou na Alemanha. Creio que essa correspondência não seja difícil de ser encontrada e já venha sendo desenvolvida há muitos anos por vários pensadores⁴⁹. Mas que dirá da relação desses processos que instauram a modernidade, no sentido econômico, político e cultural, nos países também europeus Portugal e Espanha? E nos países da Europa Oriental? Que dirá então nos Estados Unidos, que de tão distinto passa a desenvolver uma teoria própria, e na margem da margem que é a América Latina? A modernidade contém em si a aspiração da universalidade, onde talvez se encontre o gérmen do tão em voga processo de mundialização. Sem dúvida, a sociedade permeada pelos meios de comunicação de massa apresenta hoje constituições semelhantes em diversos pontos do planeta, mas os termos com os quais compreendemos a relação desses meios com as respectivas sociedades foram gerados em contextos que se apresentavam de forma muito mais heterogênea. Acredito que Martín-Barbero saiba disso, mas mesmo assim trabalha procurando montar um quebra-cabeça teórico encaixando peças pela forma, sem se importar muito se elas pertencem ao mesmo jogo.

De qualquer jeito, fica a pergunta: de que outra maneira é possível desenhar ou compreender com mais profundidade os termos em que se baseiam o debate latino-americano? Como se pode almejar montar uma figura coerente se as peças de nosso quebra-cabeça foram mesmo, por conta da constituição histórica de nossos quadros intelectuais e de nossas instituições acadêmicas, retiradas de vários jogos diferentes? Talvez seguir a pista dessa constituição histórica, como fazemos nesta dissertação, tentando recompor as figuras de onde essas peças foram tiradas possa nos ajudar a visualizar o que se pode

⁴⁹ Ver por exemplo a discussão a respeito da constituição do Espaço Público realizada por Habermas e discutida no próximo item desta dissertação.

montar com cada uma delas ou com todas elas juntas. Pensando ainda nos porquês dessa procura, cabe perguntar: que coerência se busca nessa construção? Uma coerência das teorias entre si ou uma coerência entre as teorias adotadas na América Latina e nosso contexto político, econômico e social? Martín-Barbero não está a olhar para as teorias, está a buscar as idéias. E com esse desligamento do rigor teórico, consegue realizar um deslocamento que se mostrava necessário para o desenvolvimento dos Estudos de Recepção. Assim, a importância dessa "revisão conceitual" não está em seu rigor teórico ou em sua argumentação capaz eleger ou descartar complexos sistemas de pensamento, mas sim no ato corajoso de traçar um panorama geral dos alicerces do nosso pensamento em comunicação e na percepção de que havia teorias que nos levavam para um lado, e outras, um tanto esquecidas que se mostravam mais adequadas a outro tipo de questionamento.

Do popular ao massivo

Na segunda parte de **Dos Meios às Mediações**, "Matrizes Históricas da Mediação de Massa", Jesús Martín-Barbero faz uma avaliação da constituição histórica dos meios de comunicação de massa procurando inverter o sentido das observações do "positivismo tecnologicista, que reduz a comunicação a *um problema de meios*" e do "etnocentrismo culturalista", que liga a cultura de massa ao "*problema da degradação da cultura*". O debate ainda é com os autores europeus expostos na primeira parte, dando seqüência ao anunciado "acerto de contas", embora aqui os autores contra quem se constrói o argumento não apareçam nominalmente.

A introdução da idéia gramsciana de hegemonia proporciona um deslocamento do percurso percorrido na análise dos meios de comunicação. No lugar de partir da "exterioridade conspirativa da dominação", trabalhar com a noção de hegemonia significa pensar nas lutas de classe como relações de forças e sentidos que compõem a trama do social (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 137). Pensar a relação entre classe dominante e classe dominada como processos de negociação e não somente como uma imposição radical e implacável de forma alguma é negar a existência da dominação. A hegemonia é o que permite à classe dominante dirigir através de consenso a vida cultural e intelectual de uma

sociedade, ainda que o consenso seja provisório e aberto a negociações. De um lado, as formas de ver, de pensar e de agir das classes subalternas são organizadas a partir das idéias que as classes dominantes põem em circulação. Do outro, as classes dominantes estão sempre a negociar esta dominação e nesse processo acabam assimilando o discurso das classes subalternas. A explicação conceitual construída por Antônio Gramsci – a Hegemonia – tem um traço extremamente dialético: ao mesmo tempo que impõe, abre-se para garantir a imposição e cede espaços. O campo de disputa hegemônica é deslocado para o cultural, onde são criados os significados postos em confronto, e não depende exclusivamente dos campos político e econômico, privilegiados por outros tipos de análise também de cunho marxista. Na América Latina como um todo e na Colômbia especificamente, a obra de Antonio Gramsci tornou-se conhecida na década de 1970, mas sua maior compreensão e assimilação deu-se nos anos 1980, em virtude de significativos processos de renovação política e intelectual.

A leitura de Gramsci proporcionou uma série de aberturas no pensamento de esquerda latino-americano. No ponto específico em que estamos a tratar, Martín-Barbero encontra nas proposições do autor italiano, expostas em linhas gerais, espaço para rever argumentos dos marcos do debate sobre povo, massa e comunicação de massa a partir da perspectiva do que chama de popular. Martín-Barbero não realiza grandes rupturas epistemológicas ou revoluções teóricas, pelo contrário, constrói uma discussão nos mesmos termos daqueles “contra” quem luta. Não há negação da dominação, há, sim, uma análise mais detalhada da constituição dos meios massivos que localiza em suas origens e em seus produtos, elementos oriundos da cultura popular. Duas mudanças de postura teórica foram importantes para que esse ponto de vista pudesse ser tomado: primeiro, o alargamento da noção de cultura, que deixa de ser única, universal e privilégio de uma minoria para ser entendida como modo de vida, podendo abarcar então o popular; e, segundo, a reavaliação da relação entre base e superestrutura no modelo marxista de sociedade, entendendo-se a cultura não mais numa relação de simples determinação pela base material, mas como campo de negociação e produção de sentido essencial para a constituição da hegemonia.

Martín-Barbero soube, então, se apropriar de novas perspectivas do pensamento latino-americano de esquerda e questionar as teses que avaliavam a cultura de massa a partir de uma posição marxista determinista. O principal ponto a derrubar, sem necessariamente minar as bases do debate, de acordo com nossa leitura de seu projeto, é a submissão total e exclusiva do plano cultural, especificamente dos produtos dos meios de comunicação de massa, às lógicas do mercado. A maneira escolhida para combater este ponto é demonstração de que o que produzem os meios de comunicação de massa foi historicamente constituído e contém em si elementos da cultura popular:

“Vamos examinar uma produção cultural que sendo destinada ao vulgo, ao povo, não é contudo pura ideologia, já que não só abre às classes populares o acesso à cultura hegemônica, mas confere a essas classes populares a possibilidade de fazer comunicável sua memória e experiência.” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 154)

Lemos nesta passagem a expressão “fazer comunicável sua memória e experiência” como um ato de transformação do suporte ou da maneira com que essa experiência era comunicada, pois, em já havendo cultura popular, supõe-se a prévia existência mecanismos de comunicação de memória e experiência que garantem, de geração em geração, a sobrevivência da moral, da ética e do modo de vida do povo. Como aponta Martín-Barbero, retomando E. P. Thompson, o capitalismo enquanto modo de produção vem modificar não só o modo de trabalhar das classes populares, mas seu modo inteiro de viver. A economia de mercado atropelou o que o historiador britânico chamou de “economia moral dos pobres”, impondo pela experimentação das inovações técnicas e de mercado a economia como relação entre *objetos* e não como *intercâmbio de obrigação recíproca entre sujeitos*, como antes fazia sentido. A modificação profunda no modo de vida, deve também ter alterado, e isso é uma hipótese nossa a partir da citação acima, as formas de transmissão de experiência popular. A constituição do massivo a partir do popular, como procura nos mostrar Martín-Barbero, seria então não somente uma questão importante para a obtenção da hegemonia através de um consenso mas para a própria transmissão da cultura popular, agora misturada a elementos que não são só seus.

A preocupação principal de Martín-Barbero recai sobre a busca dos elementos populares na formação dos produtos culturais voltados para a massa com intuito de se contrapor aos argumentos que entendem os meios de comunicação unicamente como mecanismos de repressão externos ao povo. A produção de cultura que se destina às classes populares incorpora em sua linguagem os modos de apropriação e de comunicação dessas mesmas classes. A expansão da literatura, por exemplo, não está ligada exclusivamente ao surgimento da imprensa, isto é, à possibilidade técnica de uma tiragem de massa, tampouco dependeu somente da expansão da educação, tendo, em realidade, surgido antes que grande parcela da população estivesse familiarizada com a leitura:

“Há uma literatura que, ausente por inteiro das bibliotecas e livrarias de seu tempo, foi contudo a que tornou possível para as classes populares o trânsito do oral ao escrito, e na qual se produz a transformação do folclórico em popular. Refiro-me àquela literatura que se tem chamado na Espanha de *cordel* e na França de *colportage*. Literaturas que inauguram uma outra função para a linguagem: a daqueles que sem saber escrever sabem contudo ler. (...) escritura com estrutura oral.” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 155)

A literatura de *colportage* nasceu na França, no começo do século XVII, destinada a um público camponês. Uma família de livreiros-editores começa a publicar folhetos em material de má qualidade e a baixos custos, cujo conteúdo variava entre resumos de romances, contos de fadas, vidas de santos, receitas médicas, etc. Os trabalhadores da gráfica agiam como *mediadores*, ao selecionar textos da tradição oral e ao adaptar textos que vêm da tradição culta. Mediação semelhante aparece no *cordel* espanhol, que vulgarizando o que vem de cima, realiza mediação entre “alta” e “baixa” cultura.

A leitura desse material, segundo conta Robert Mandrou citado por Martín-Barbero, era coletiva:

“Ainda nas aldeias mais remotas há alguém que sabe ler, e ao anoitecer, quando retornam as pessoas dos trabalhos no campo, homens e mulheres, menores e adultos se reúnem

junto ao fogo para escutar aquele que lê em voz alta, enquanto as mulheres remendam ou tecem e os homens limpam ferramentas de trabalho. Leitura coletiva, que parecera desconhecida pela maioria dos historiadores, para os quais falar de leitores populares antes do século XIX seria um absurdo, pois só uma minoria ínfima da população sabia ler, quer dizer... assinar!". (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 159)

Fenômeno semelhante acontecia na Espanha e é narrado em uma passagem de *Dom Quixote* e, mais recentemente, sucedeu na Andaluzia, onde lavradores anarquistas compravam jornais mesmo sem saber ler para que outro realizasse a leitura em voz alta. O objetivo de Martín-Barbero é mostrar que a expansão da leitura depende mais da disposição do povo do que de um mercado que por si só crie seu público e comande suas necessidades. O que produz o *colportage* e o cordel, cujas narrações de crimes passionais são comparadas à atual imprensa sensacionalista, não é folclore e nem cultura de massa, é um intermediário: "*um modo novo de existência do popular, que é fundamental compreender para não opor maniqueísta e facilmente o popular e o massivo*" (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 164).

Com as imagens, a relação das classes populares é um tanto distinta. A gravura estava presente na maioria das casas sendo considerada "o único luxo do pobre". Da xilogravura, no século XVI, passa-se à água forte no século XVII, com aumento da nitidez e do número de cópias por matriz. A distribuição de imagens impressas passa das mãos da Igreja para as mãos de comerciantes. Com a secularização, torna-se comum nas imagens populares a caricatura de temas relacionados à Igreja. A resposta católica a isso e a outros acontecimentos concomitantes é o Barroco e "uma certa tolerância com os restos de paganismo ainda conservados nas massas populares".

A pintura vai se distinguir das imagens populares rompendo com a temporalidade seqüencial, que continua desenvolvendo-se na iconografia popular até desembocar nas tiras de quadrinho publicadas na imprensa até hoje. Em meados do século XVII no norte da França produziam-se historietas contadas em

16 imagens, chamadas “imagens de Épinal” e já no século XIX surge em Londres o jornal ilustrado.

A relação do melodrama com o popular passa por uma ligação com a Revolução Francesa: representa a entrada do povo duplamente em cena, com temas ligados à Revolução, como o cárcere, a traição e a justiça, e sendo quase um “espelho de uma consciência coletiva”, lugar de emergência de uma cena de massa, da imagem unificada do popular. Anos antes, as *troupes* ambulantes é que se encarregavam da representação de farsas e comédias entre números de acrobatas e adivinhadores. O modo de assistir aos melodramas nas salas das cidades eram muito semelhantes aos modos de ver os números de saltimbancos. Público e companhia eram cúmplices e os primeiros não hesitavam em demonstrar suas emoções comentando, gritando e se alvoroçando de tal maneira a obrigar os donos das salas a reformá-las periodicamente. Do melodrama, os *media* de massa herdaram os modos de narrar e o modo de atuação através de grandes efeitos, coisa que normalmente se atribui à natureza comercial do cinema, do rádio ou da televisão.

A narrativa ligada muito mais ao gênero do que às características estilísticas de um determinado autor dão o tom da maior parte dos produtos dos *media* de massa atuais: “Falo de gênero como um lugar *exterior* à ‘obra’, a partir de onde o sentido da narrativa é produzido e consumido, ou seja, lido e compreendido, e que, diferentemente do funcionamento da ‘obra’ na cultura culta, constitui-se na ‘unidade de análise da cultura de massas’.” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 195). A origem dessa forma de narrar é encontrada por Martín-Barbero nos *folhetins*.

Para não cair nas “ciladas do semiótico que tenta ir das estruturas do texto para às da sociedade ou vice-versa, *sem passar pela mediação constituinte da leitura*”, Martín-Barbero preconiza a análise do folhetim a partir da leitura, ou melhor, da apresentação da narrativa levando em conta a leitura como elemento influente na própria estruturação do texto. Segundo o autor, existe uma relação dialética entre escritura e leitura que se constitui como dispositivo chave para o funcionamento de qualquer folhetim: “Dialética que faz parte dos mecanismos com que se pode enganar um determinado público, mas que em sua efetivação

nos mostra como *o mundo leitor* é incorporado ao processo de escrita e nela penetra deixando seus traços no texto” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 191). Tendo como suporte o jornal, os folhetins eram obras vivas, divididas em capítulos e construídas dia-a-dia de acordo com a resposta do público, que não poucas vezes manifestava-se a respeito dos rumos da narrativa em cartas enviadas aos jornais. Um grande exemplo desta relação está no famoso folhetim “Os mistérios de Paris”, que inicia como uma descrição da opressão do proletariado e segue sendo escrito para esse mesmo proletariado que se manifestava com muito entusiasmo com relação à narrativa. “Os mistérios de Paris” fora objeto de análise de Marx, Gramsci e Umberto Eco, entre outros, e é ligado por este último à construção do ânimo de alguns leitores que anos mais tarde encontraram-se nas barricadas de 1848 empenhados em fazer a Revolução. A análise de Martín-Barbero segue as pistas que remetem ao universo popular no texto do folhetim enquanto gênero. Primeiramente, ele localiza nos dispositivos de composição tipográfica – letras grandes e desenho espaçado – a existência de um leitor ainda ligado à cultura oral. Num segundo nível, Barbero encontra dispositivos de fragmentação de leitura, além dos episódios, a fragmentação dos parágrafos e a colocação de subtítulos incorpora cortes de uma leitura não especializada, como é a popular. Em terceiro, encontra dispositivos de sedução, a estruturação em episódios opera com o suspense e foi o “*sentimento de duração* – como na vida! – o que permitiu ao leitor popular passar do conto para o formato-romance, isto é, *ter tempo* para identificar-se com novo tipo de personagens e atravessar a quantidade e a variedade de peripécias e avatares da ação *sem se perder*” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 193). Num quarto nível operam dispositivos de reconhecimento, não se trata somente da possibilidade de identificação *de* personagens, mas da identificação *com* os personagens.

Voltando às origens dos primeiros produtos culturais em larga escala destinados às classes populares, Martín-Barbero pretende demonstrar que a cultura de massa não aparece de repente, como uma ruptura que permita seu confronto com a cultura popular. O massivo foi, ao contrário, gerado lentamente a partir do popular, em:

“... uma mediação que encobre o conflito entre as classes produzindo sua resolução no imaginário, assegurando assim o consentimento ativo dos dominados. Essa mediação e esse consentimento, no entanto, só foram historicamente possíveis na medida em que a cultura de massa foi constituída acionando e deformando ao mesmo tempo sinais de identidade da antiga cultura popular e integrando ao mercado as novas demandas das massas.” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 181)

Vários dispositivos no lento processo de gestação do mercado, do Estado e das culturas nacionais fizeram a “memória popular entrar em cumplicidade com o imaginário de massa”. Nesse longo processo, a continuidade da hegemonia burguesa é garantida por um deslocamento, a partir de meados do século XIX, de sua legitimidade como algo imposto “de cima” para algo ao qual se submete por consenso, “de dentro”. O surgimento do que Martín-Barbero identifica como uma nova cultura, a cultura de massa, é essencial para a dinâmica da hegemonia.

Assim, Martín-Barbero desconstrói boa parte do que fundamentava o debate latino-americano em comunicação, amplamente baseado na noção de Ideologia, e possibilita seu deslocamento para um novo campo. Sem rupturas teóricas ou epistemológicas, o autor realiza a mesma operação dos que consideram a Ideologia como sistemas simbólicos específicos constituintes dos processos de reprodução do real, buscando sua expressão nos produtos culturais voltados para as classes dominadas. Mas o ponto de chegada (e por que não o de partida?) de Martín-Barbero é outro. Onde antes se enxergava apenas a lógica da dominação, o autor encontra traços que, mesmo em não se tratando de uma esfera a parte como a artística, não respondem unicamente às lógicas de mercado. A busca das origens históricas dos gêneros da cultura de massa demonstra em seu surgimento uma forte ligação com os modos populares de divertir-se e informar-se. A cultura de massa não poderia ser encarada, então, apenas como resultado de uma repressão totalizadora: “*Massa* designa, no movimento da mudança, o modo como as classes populares vivem as novas condições de existência, tanto no que elas têm de opressão quanto no que as novas relações contêm de demanda e aspirações” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 179-181).

A identificação do popular no massivo é um primeiro passo para o deslocamento do debate sobre a comunicação de massa para um novo campo, o da negociação entre emissores e receptores, ou entre dominantes e dominados, que agora se faz possível e compreensível por uma teoria social maior. É interessante notar que Martín-Barbero não teve que recorrer à recepção para engendrar a operação de deslocamento do olhar dos estudos em comunicação.

É como artifício para o redirecionamento do olhar das Ciências Sociais para as mediações, também populares, envolvidas no processo de comunicação de massa que esse percurso descrito por Martín-Barbero deve ser compreendido e seu empreendimento, louvado. Se compreendida de outras formas ou buscando-se outras operações, a análise empreendida pelo autor passa a apresentar visíveis pontos de fragilidade. Por exemplo, Martín-Barbero propõe-se a realizar uma análise histórica do surgimento dos meios massivos com intuito de localizar em sua origem sua ligação com a cultura popular. O problema que se coloca é a concepção de história que fundamenta a análise do autor. Encontramos uma concepção próxima da de história universal, ou pelo menos que compreende a história do Ocidente como a história da Europa Ocidental, em seguida expandida para os Estados Unidos, que corresponderia à pátria onde realmente a audiência dos meios se torna massiva: “Embora os progressos técnicos e a organização empresarial tenham aumentado em larga medida o público da imprensa na Europa, foi nos Estados Unidos que a imprensa verdadeiramente alcançou uma audiência massiva” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 207). Falar em cultura de massa, para Martín-Barbero, só se torna possível quando a economia americana dá a si própria uma vocação imperial. Porém, a origem da relação dos meios de comunicação de massa com a cultura popular é buscada do outro lado do Atlântico. Quando o fenômeno se transfere para o novo mundo, ele parece se dar de maneira completamente diversa. Como aponta Martín-Barbero, o consumo de massa surge nos Estados Unidos nos prósperos anos 1920 a partir de uma mudança cultural da mentalidade da poupança para a mentalidade do consumo, na qual a publicidade desempenhou um papel essencial. Poderíamos dizer, então, que aqui não há uma correlação tão forte com o popular como a encontrada na Europa. O consumo tanto de bens materiais quanto de bens simbólicos não teria relação com hábitos cotidianos anteriores dessa população. Estaríamos muito

próximos da compreensão do fenômeno ligada muito mais à repressão ideológica do que a processos de negociação de hegemonia. Mas Barbero não vê desse jeito. Aponta que o “estilo de vida peculiar” que os meios reproduzem tem a ver com a constituição prévia da sociedade norte-americana, onde haveria ausência de tradição; gosto e empenho pela experimentação e pelas inovações; apego aos costumes e à família; o isolamento em células familiares que gerou uma sociedade individualista; e o nivelamento das condições materiais que produziu uma uniformização das maneiras de viver. O popular dos Estados Unidos, portanto, é diferente do popular da Europa. Porém, não há em Martín-Barbero a análise dessa outra relação, a análise da gestação do massivo norte-americano, do massivo propriamente dito, com sua cultura popular correspondente. É como se cultura popular fosse uma categoria universal e uma vez demonstrada a validade de sua relação com a cultura massiva na Europa, faz-se desnecessária a construção desse processo no novo cenário. Acreditamos não ser possível, trabalhando-se a partir de duas perspectivas básicas: a histórica e a cultural, transferir as conclusões tiradas a partir de um fato histórico localizado e datado para outros. Fica a pergunta: o que se está a buscar, a relação dos meios de comunicação de massa com um popular da Europa do início do Renascimento ou a relação dos meios com o popular a que diz respeito, com o popular ao qual as massas que compõem sua audiência se ligam por raízes históricas e afinidades culturais?

Além do que, a presença de traços populares em produtos culturais tão valorizada por Martín-Barbero não é exclusividade dos produtos de comunicação de massa contemporâneos. No passado da América Latina, a divisão entre dominantes e dominados não era simples questão de classe, era mais questão de origem. Antes de sermos classe dominante contra povo, ou burguesia contra classe operária, fomos espanhóis contra índios, portugueses contra índios, europeus contra *criollos*, brancos contra mestiços, brancos contra negros e por aí vai. Em termos culturais, e com o olhar voltado para a história da colônia, fica até mais fácil encontrar os traços de “resistência” da cultura “popular”, ou do dominado, naquilo que era considerado a cultura do dominador. A maior prova disso talvez seja obtida numa visita à Catedral de Cusco, no Peru. Emblematicamente construída sobre as ruínas do palácio inca Kiswar Cancha, destruído pelos próprios espanhóis, a catedral é composta por três igrejas e

apresenta em seu interior cerca de 400 quadros, a maioria de estilo barroco e produzidos entre os séculos XVII e XVIII por artistas da Escola Cuzquenha. Os modelos da pintura de Cusco vieram da Espanha, sobretudo da Escola de Sevilha, mas não demorou muito para que os artistas locais, índios e mestiços, começassem a elaborar um estilo próprio com integração à pintura sacra católica de elementos locais ligados às tradições anteriores à presença espanhola no continente. Os mouros derrotados por São Tiago ganham feições indígenas; os camelos da Terra Santa viram lhamas; os “meninos Jesus” aparecem embrulhados em panos e carregados como fazem as *cholas* até hoje com seus filhos; e as virgens são retratadas com corpos em formato de montanha, não por acaso as motanhas eram adoradas como deuses pelos incas. No quadro mais famoso da catedral, a “Santa Ceia”, atribuído a Marcos Zapata, o assado ao centro da mesa não é um cordeiro, mas um *cuy*, espécie de porco da Índia muito apreciado nos Andes desde antes dos espanhóis até hoje. Estima-se que a Escola Cuzquenha tenha produzido em três séculos aproximadamente 600 mil quadros⁵⁰. O exemplo peruano é, sem dúvida, o mais forte e institucionalizado, mas é possível perceber a incorporação de traços da cultura local à arte sacra também no México, na Bolívia e na Colômbia⁵¹ e aqui mesmo no Brasil. Numa visita às igrejas de Congonhas e Ouro Preto, em Minas Gerais, podemos ver as pinturas do Mestre Manoel da Costa Ataíde que mantém-se fiel à temática religiosa, ao mesmo tempo que retrata santos e anjos com traços notavelmente mestiços. Mestre Ataíde assim como Aleijadinho e outros artistas do período colonial eram mulatos⁵².

⁵⁰ Julian Marías. A origem renascentista da América hispânica. In: Seminário de Tropicologia: questões da atualidade brasileira, 1981, Recife. Anais... Recife: Fundaj, Massangana, 1986. p. 302-317.

⁵¹ Ver, por exemplo: Jaime Lara, “Cristo-Helios americano: La inculturación del culto al sol en el arte y arquitectura de los virreinos de la Nueva España y del Perú”. Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas, nº 74-75, 1999, pp 29-49. Realiza uma interessante discussão os cultos solares pré-colombianos mesoamericanos e andinos e a incorporação do Sol nas imagens produzidas pela Igreja Católica na América.

⁵² “... a prova mais importante de que havia um surto coletivo de racialidade brasileira, está na imposição do mulato. A Colônia, por força das suas circunstâncias econômicas unicamente, e sem a mais mínima intervenção política de Portugal, fazia dois séculos que vinha se enriquecendo de algumas realizações artísticas. (...) principiam nascendo na Colônia, artistas novos que deformam sem sistematização possível a lição ultramarina. E entre esses artistas brilha o mulato muito. Caldas Barbosa e Mestre Valentim são mulatos. Leandro Joaquim, da mesma época e dos melhores pintores do Rio, é mestiço também. O padre José Maurício Nunes Garcia (1767-1830), mulatíssimo e o mais notável dos nossos músicos coloniais. (...) E o Aleijadinho é mais outro mulato. Bastam estes exemplos para se compreender este lado, não dominante, mas intensamente visível, de como a raça brasileira se impunha no momento”. Mário de Andrade. Aspectos das artes plásticas no Brasil. 3.ed. Belo Horizonte: Itatiaia, 1984. 96 p. [Texto escrito originalmente em 1928 e publicado no livro O Aleijadinho e Álvares de Azevedo. Rio de Janeiro: R. A. Editora, 1935.].

A penetração de traços da cultura dominada na materialização da cultura dominante se dá por pelo menos duas razões possíveis. A primeira é clara, irrefutável e histórica nos casos apresentados, trata-se da presença do dominando no momento da produção artística. Índios, negros e mestiços são os principais artistas do período colonial e imprimem em sua arte traços de sua cultura original. A outra razão seria encontrar a explicação sociológica para essa presença numa estratégia dos dominadores – no caso, a Igreja Católica – para conseguir atrair a “audiência popular”. Ou numa inversão que seria apreciada por Martín-Barbero, a estratégia seria dos setores populares que, impondo certos modos de ver (não de forma institucionalizada ou pelo uso da força, mas como parte de uma negociação em que se submetem a uma cultura alheia), garantiriam a continuidade de sua cultura, mesmo que mestiça.

É mais complicado encontrar esses traços nos produtos dos meios de comunicação de massa, onde a participação do popular em sua produção não se dá mais de forma tão imediata⁵³ e onde nenhuma relação mais é direta, pois a produção submete-se ao modelo industrial de divisão de trabalho e traços autorais são raros tanto pela organização da produção quanto pela opção pelo gênero. A própria existência de uma cultura popular como algo distinto da cultura dominante já não é tão inegável, o que faz pensar que nesse jogo de negociações simbólicas a estratégia de continuidade da cultura popular pode não ter sido tão bem sucedida. A dominação pela cruz e pela espada deu lugar à dominação pelo capital e pelos *media*. E é exatamente a essa forma de dominação que devemos voltar nossas atenções para entender como as línguas e os costumes Quéchua e Aimará⁵⁴, para utilizar novamente um exemplo andino, sobreviveram tantos séculos sem nem a ajuda institucionalizada do ensino escolar ou dos *media*. Hoje, as duas línguas, juntamente com o espanhol, são consideradas idiomas oficiais da Bolívia e do Peru, há programas de rádio nas línguas nativas e seu ensino foi introduzido no currículo do ensino básico.

⁵³ Em *Muito Além do Jarim Botânico*, Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) verifica que os jornalistas e radialistas envolvidos na produção do Jornal Nacional tinham clara a sua posição de proletários dentro de um contexto de luta de classes entre burguesia e proletariado. A posição social ocupada por esses trabalhadores, porém, não refletia-se no produto.

⁵⁴ Quechua e Aimará são culturas indígenas andinas pré-incaicas, que mantêm-se vivas no Peru e na Bolívia. O idioma quechua é falado por cerca de 13 milhões de pessoas sobretudo no Perú, Bolívia e Equador. O Aimará é falado mais de 2 milhões de pessoas na Bolívia e no Peru. Ver: BIGIO, Isaac. “*Año Nuevo Andino y renacimiento del nacionalismo indígena*” -< <http://www.alia2.net/article6102.html>> acessado em julho de 2005.

Contraditoriamente, a cultura indígena vem perdendo forças principalmente entre a população jovem dos dois países. As línguas nativas são relacionadas ao campo, aos avós. Os jovens, muitas vezes desterritorializados e inseridos num novo contexto urbano, não querem identificar-se com seus antepassados. Olhando por esse prisma, o ensino do aimará nas escolas não é garantia de sobrevivência da língua, talvez não seja, na verdade, a estratégia mais interessante. O que garantiu a sobrevivência dos costumes locais durante esses cinco séculos de contato com o mundo europeu não foi nem seu isolamento para a manutenção da pureza – os costumes da população rural andina são mestiços, marcados pela incorporação de elementos estrangeiros na cultura local –, nem sua imposição por meios institucionalizados como a Escola ou os meios de comunicação. As línguas nativas andinas sobreviveram junto com a sobrevivência de toda uma cultura, entendida aqui como um modo de vida e seus sistemas simbólicos. A mudança nesse modo de vida, a migração da população rural para os centros urbanos, por exemplo, seguramente modifica o modo de perpetuação dessa cultura. O processo de resgate ou de preservação de uma cultura não pode ser forçado, depende de questões relativas à identidade e das negociações simbólicas de que tanto falamos.

O caso da Bolívia, mais uma vez, não é o único, é apenas o exemplo mais claro. No Brasil, a cultura popular como distintiva da cultura de massa é identificada correntemente em manifestações de cultura regional, como a cultura nordestina ou a gaúcha, fortemente exploradas pelos estudos empíricos de recepção dos meios de comunicação, em especial da televisão.

Mas a Martín-Barbero, esses fenômenos latino-americanos não importam no momento. Sua preocupação está voltada para a Europa, não necessariamente por entender que a origem histórica mais forte da cultura de massa esteja lá, mas porque é no velho mundo que se realiza o debate sobre comunicação de massa que interessa ao autor e que foi descrito na primeira parte do livro. Depois de expor os marcos do debate, isto é, as principais concepções teóricas que fundamentam o pensamento latino-americano em geral e o seu especificamente, Martín-Barbero dedica-se a encontrar elementos históricos que possam contribuir para o debate já montado. Essa contribuição, pelo caminho optado pelo autor, é dada através da análise dos processos específicos aos quais

esse debate diz respeito. Portanto, a América Latina fica de fora dessa busca das origens do massivo no popular. Ao subcontinente cabe a terceira parte do livro, onde a relação entre a comunicação de massa e o popular na contemporaneidade será analisada politicamente.

A tarefa a que se propõe Martín-Barbero e que realiza a seu modo é o deslocamento da visão dos *media* como responsáveis absolutos pela massificação e da visão da cultura de massa como derivada única e exclusivamente das necessidades do mercado:

“Não estamos subsumindo as peculiaridades, as modalidades de comunicação que os meios inauguram, no fatalismo da ‘lógica mercantil’ ou produzindo seu esvaziamento no ‘magma da ideologia dominante’. Estamos afirmando que as modalidades de comunicação que neles aparecem só foram possíveis na medida em que a tecnologia materializou mudanças que, a partir da vida social, davam sentido a novas relações e novos usos.” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 203)

A análise histórica voltada para a Europa presta-se a realizar esse deslocamento. Prova-se, dentro do campo de batalha do inimigo, que a constituição histórica do objeto estudado contém elementos desprezados por análises fundamentadas no conceito de Ideologia. Contestam-se as concepções elitistas de cultura que só viam nos produtos dos meios de comunicação instrumentos de dominação. É preciso ainda frisar que isso não resolve o problema teórico de forma definitiva. Não estamos passando de uma crença na onipotência dos meios, ou pelo menos do mercado, para uma crença na total capacidade de resistência do receptor. O conceito de hegemonia, no qual se baseiam Martín-Barbero e outros, não é maniqueísta. O deslocamento do ponto de vista teórico deve ser bastante cuidadoso para não entortar demais a balança para o outro lado:

“O resgate positivo da cultura popular num momento de crise, como o que atravessam as esquerdas, não podia senão levar a exagerar essa positividade, até fazer da capacidade de resistência e resposta das classes subalternas

a chave quase mágica, a força donde proviria o novo impulso 'verdadeiramente' revolucionário. Se antes uma concepção fatalista e mecânica da dominação fazia da classe dominada um ser passivo, somente mobilizável de 'fora', agora a tendência será atribuir-lhe em si mesma uma capacidade de impugnação ilimitada, uma alternatividade metafísica. O mais grave nessa oscilação, como anota Garcia Canclini, é que 'instituiu-se tanto na contraposição da cultura subalterna e da hegemônica, e na necessidade política de defender a independência da primeira, que ambas foram pensadas como exteriores entre si. Com o pressuposto de que a tarefa da cultura hegemônica é dominar e a da cultura subalterna resistir, muitas investigações não parecem fazer outra coisa que não seja pesquisar para além das formas como uma e outra cultura desempenham seus papéis neste libreto'." (Martín-Barbero, 2001, p. 117-118)

O surgimento dos Estudos de Recepção no Brasil foi marcado inicialmente por essa euforia da descoberta da positividade do popular. Passados mais de vinte anos, essa relação já se apresenta nos estudos empíricos de forma bem mais equilibrada.

Para evitar a supervalorização do popular ou seu oposto, a crença na massificação absoluta, a distinção entre cultura popular e cultura de massa é fundamental. Vale lembrar que, como escreveu Raymond Williams, os produtos da cultura de massa não são feitos **pelas** classes populares, mas antes por outros **para** elas. E isso não é uma afirmação com relação à história dos meios, mas sim algo muito forte e presente desde os anos 50 de Williams na Grã-Bretanha até a América Latina dos dias atuais. Se é possível enxergar algo de popular nos produtos exibidos pelos meios de comunicação de massa, isso tem muito mais a ver com a natureza do processo de comunicação (a negociação de sentidos implicada e luta pela conquista de audiência e mercado), do que com a presença real do popular em sua produção. Mesmo que Martín-Barbero tenha apontado elementos dos primeiros produtos culturais voltados para o povo que se apresentam também nos produtos culturais de massa, não se pode negar a principal contribuição da Escola de Frankfurt para o pensamento em comunicação: a questão da indústria cultural e sua organização ligada essencialmente às lógicas do mercado. A conclusão de ambos autores não é, no

nosso ponto de vista, excludente. A existência de traços de uma cultura popular nos produtos culturais massivos, além de decorrência de um processo histórico e resultado da negociação envolvida na hegemonia, se dá também porque possibilita o lucro. Encontrar uma certa “lógica popular” nos meios de comunicação de massa não é suficiente para negar-lhes sua lógica mercantil. Mas, seguindo a pista de Walter Benjamin, a busca de Martín-Barbero aponta para o entendimento do popular na cultura de massa não como negação, mas como produção, e permite pensar as mudanças que configuram a modernidade a partir do espaço da percepção.

Mediação de massa na América Latina

Na terceira parte do estudo, intitulada “Modernidade e mediação de massa na América Latina”, Jesús Martín-Barbero procura integrar a reflexão realizada nas duas partes precedentes à análise da constituição do massivo e dos deslocamentos produzidos no debate teórico metodológico no contexto latino-americano.

Mas afinal, o que entende Martín-Barbero por massa, massivo ou cultura de massa? O autor não formaliza definições e neste caso, ao contrário do que fizemos com a noção de cultura popular, não podemos caracterizar a massa ou a cultura de massa pela sua negação. Cultura de massa não se opõe à cultura culta como historicamente o fez a cultura popular. Tampouco cultura de massa é o oposto da cultura popular, a segunda parte de **Dos Meios às Mediações** desenvolve-se exatamente para minar qualquer dúvida com relação a esse respeito. Sem dúvida, a idéia de sociedade dividida em classes é fundamental para a compreensão do uso que Martín-Barbero faz da palavra massivo vide a distinção que dele se faz das elites:

“Talvez em nenhum outro lugar o contraditório significado de massivo se faça tão explícito e desafiante quanto na televisão: a junção possivelmente inextricável daquilo que nele é desativação de diferenças sociais e, portanto, integração ideológica, e daquilo que ele tem de presença de uma matriz cultural e de um sensorium que às elites produz asco” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p .309).

Mesmo assim, para o autor, a massa em si não é associada à idéia que a intelectualidade faz da classe trabalhadora, por exemplo. E em nenhum momento Martín-Barbero chega a formular questões do tipo “massa são os outros” ou massa é uma construção teórica não passível de observação empírica. Na primeira parte do livro, trabalha massa enquanto idéia, mas em seguida passa a utilizar o termo designando um objeto que parece sim ter correspondência real. Enquanto processo, massificação está intimamente ligada à urbanização. Na parte do estudo voltada à América Latina essa acepção torna-se mais palpável e vislumbramos uma definição em uma passagem em que Martín-Barbero acaba colocando de forma clara uma concepção da sociedade enquanto sociedade de classes como concebida por Marx:

“A massificação afetou a todos, mas nem todos a perceberam e sentiram da mesma forma. As classes altas aprenderam muito cedo a separar a demanda das massas – com sua carga de periculosidade política e também seu potencial de estimulação econômica – da oferta massiva de bens materiais e culturais ‘sem estilo’, pelos quais não podiam sentir senão desprezo. Para as classes médias, pequeno-burguesas, aquelas que por mais que desejassem não podiam distanciar-se, a massificação foi especialmente dolorosa, ‘porque atacava aquele anseio de interioridade que caracterizava seus membros, zelosos de sua individualidade e de sua condição de pessoas diferenciadas’.⁵⁵ Para as classes populares, por outro lado, embora fossem as mais indefesas diante das novas condições e situações, a massificação trouxe mais ganhos do que perdas. Não só estava nela sua possibilidade de sobrevivência física, como também sua possibilidade de acesso e ascensão cultural. A nova cultura, a cultura de massa, começou sendo uma cultura que não era apenas dirigida às massas, mas na qual elas se encontravam retomadas, desde a música até as novelas de rádio e ao cinema, algumas de suas formas de ver o mundo, senti-lo e expressá-lo”. (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 235)

Essa é a passagem no livro de Martín-Barbero onde a relação entre a sociedade de classes e a massificação se expressa de forma mais clara. Porém,

⁵⁵ J. L. Romero. *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*. Cidade do México: Siglo XXI, 1976. p. 374

ainda não podemos dar por definitiva a construção conceitual do autor. A relação entre classe alta, classe média, classes populares e massificação descrita acima é baseada em estudos do historiador argentino José Luis Romero, a quem é atribuído por Martín-Barbero “a primeira caracterização sociológica e fenomenológica não maniqueísta dessa cultura (cultura de massa) a partir da América Latina” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 235). Por toda a terceira parte do livro, Martín-Barbero apropria-se de noções construídas por estudiosos latino-americanos de campos diversos para remontar o processo de constituição do “massivo” na América Latina, trabalhando sempre a dimensão política – o descompasso entre Estado e Nação, a questão do desenvolvimento – e sua relação com os meios de comunicação de massa. Sendo assim, a cada autor utilizado, as palavras chave da discussão ganham novas acepções, aquelas que as conformaram nos debates originais de onde foram retiradas. A chave para a compreensão das propostas de Martín-Barbero é pensar como ele – em idéias gerais – e não se ater a conceitos rigorosamente definidos e fechados. Pensando em idéias gerais e não em definições, podemos afirmar que há por trás da análise de Martín-Barbero uma concepção marxista de classes e de luta de classes. Há também a compreensão da massa não exatamente como um dado empiricamente verificável, mas como um processo de constituição de uma nova cultura ligada àquilo que era popular antes de virar urbano. Sendo um processo, melhor do que a palavra massa é a palavra massificação. Cultura de massa também é algo que não deve ser entendido como uma justaposição de conceitos: como entender a cultura como um modo de vida de uma massa, que não é definida enquanto grupo social, mas como um processo? Quando Martín-Barbero refere-se à cultura de massa, os dois termos ganham conotação diferente do que têm em separado. Usualmente, a expressão cultura de massa é usada pelo autor para designar os produtos culturais destinados ao consumo em larga escala, ou seja, os produtos da indústria cultural. Além de se referir ao cinema, ao rádio, à imprensa e à televisão, a expressão cultura de massa diz respeito ao sistema simbólico criado por esses novos produtos e suas novas formas de consumo. Cultura de massa e massivo muitas vezes se equivalem. É dessa maneira que o pensamento de Martín-Barbero se constrói, dando pistas no lugar de definições, fazendo perguntas no lugar de respostas e apontando possibilidades no lugar de certezas.

Nação e comunicação de massa na América Latina

Na década de 1980, a análise social na América Latina é marcada pela retomada do populismo como tema, com enfoque na questão da constituição da Nação e com conseqüente revalorização do Estado enquanto ator. “Os processos políticos dos anos 1930-1960 se viram enormemente reduzidos por uma *teoria da dependência* que, ao pensar o Estado como mera correia transmissora dos interesses hegemônicos impedia a consideração do *problema nacional* no quadro das relações de classe” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 238). A mudança e perspectiva histórica é percebida por Martín-Barbero a partir da tematização da questão pelo sociólogo argentino que se definia como socialista revolucionário J. C. Portantiero, que enfatiza a necessidade de assumir “o desvio latino americano”: “o modo como as classes populares chegam a constituir-se em atores sociais, não conforme o rumo clássico, e sim através da crise política que acompanha os processos de industrialização dos anos 1930, crise esta que põe as classes populares em relação direta com o Estado, levando-as a penetrar no jogo político antes de terem se constituído em sujeitos como classes” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 239).

A partir dos anos 1920, a maioria dos países na América Latina passam por um processo de reorganização das economias e reajuste das estruturas políticas. O projeto nacional que não havia se concretizado inteiramente no século XIX das lutas por independência é retomado por uma “nova burguesia” que traça de antemão o rumo do desenvolvimento: caminhar na direção do “mundo urbano europeizado”. A industrialização desenvolve-se por vias da substituição da importação e os centros urbanos crescem cada vez mais com a migração do campo para a cidade e, em alguns países como a Argentina, também com a chegada de imigrantes europeus. A modernização que acompanha esse processo não representa um aprofundamento da independência externa, é, ao contrário, uma adaptação econômica às novas configurações internacionais. “De 1930 a 1960, o populismo é a estratégia política que marca a luta em quase todas as sociedades latino-americanas”. Martín-Barbero cita os governos de Getúlio Vargas, no Brasil; de Lázaro Cárdenas, no México; e de Perón, na Argentina. As classes populares são incorporadas ao sistema político e ao processo de formação dos Estados nacionais, mais como frutos de uma crise

geral do sistema que as confronta com o Estado do que pelo desenvolvimento autônomo de suas organizações: “O Estado (...) encarnou a Nação e impôs o acesso político e econômico das massas aos benefícios da industrialização” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 231). O populismo será então a forma de um Estado que diz fundar sua legitimidade na ascensão das aspirações populares, representando a uma corrente política que de maneira singular aceitou e incorporou as massas:

“Do espaço da política oficial, a direita e a esquerda, tanto as massas quanto o massivo serão encarados com receio. A direita com uma posição defensiva: as massas põem em perigo rígidos privilégios sociais, e o massivo dissolve sagradas demarcações culturais. A esquerda vê nas massas um peso morto, um proletário sem consciência de classe nem vocação de luta, e no massivo um fato cultural que não se enquadra em seu esquema, que desafia e incomoda sua razão ilustrada. Só para os populistas a presença da massa urbana pareceu implicar um fato político novo, a partir do qual conseguiram esboçar os princípios de uma ideologia nova para canalizar as tendências eruptivas da massa dentro de normas que assegurassem a conservação do fundamental da estrutura.” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 236)

O papel decisivo que os meios massivos desempenham nesse período residiu em sua capacidade de se apresentarem como porta-vozes da interpelação que a partir do populismo convertia as massas em povo e o povo em nação. Interpelação que vinha do Estado, mas que só foi eficaz na medida em que as massas reconheceram nela algumas de suas demandas mais básicas e a presença de seus modos de expressão. “O cinema, em alguns países, e o rádio em quase todos, proporcionaram aos moradores das regiões e províncias mais diversas uma primeira vivência cotidiana de Nação” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 242).

Na análise da América Latina, portanto, faz-se imperativa a observação do papel político e não só ideológico dos meios de comunicação. Martín-Barbero localiza e toma como base para seu argumento alguns trabalhos recentes que se orientam nesse sentido, são eles: o estudo sobre o sentimento nacional

proporcionado pelo cinema melodramático no México de C. Monsiváis⁵⁶: “Não se ia ao cinema para sonhar; ia-se para aprender. Através dos estilos dos artistas ou dos gêneros da moda, o público foi se reconhecendo e transformando, apaziguou-se, resignou-se e ufanou-se secretamente” (MONSIVÁIS, 1976, p. 446; apud MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 244); os trabalhos sobre o radioteatro argentino, de J. B. Rivera⁵⁷ e P. Terrero⁵⁸, e sobre a relação do mesmo radioteatro com o circo *criollo*, de B. Siebel⁵⁹ e L. Franco⁶⁰; a pesquisa sobre a legitimação urbana da música negra no Brasil realizada por E. Squeff e J. M. Wisnik⁶¹; e o estudo sobre a história da imprensa popular, de esquerda ou sensacionalista, no Chile, realizado por O. Sunkel⁶². Todos eles demonstram a relação entre os meios de comunicação de massa e a cultura popular em uma dupla dimensão: primeiro, destacando elementos da cultura popular e sua transformação até chegarem a ser reconhecidos e incorporados pela indústria cultural e, segundo, como esses elementos agora reproduzidos tecnicamente em larga escala contribuem para a formação de uma identidade nacional.

Os trabalhos utilizados como referência já demonstram a proposta geral de deslocamento teórico e metodológico embutida em **Dos Meios às Mediações**: a investigação sobre “os processos de constituição do massivo a partir das transformações nas culturas subalternas.” A comunicação, para Martín-Barbero, converte-se num espaço a partir do qual se podem pensar os bloqueios e as contradições que dinamizam as sociedades latino-americanas: “Assim, o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 270).

⁵⁶ C. Monsiváis, “Notas sobre la cultura mexicana en siglo XX”, in: *Historia General del México*, v. IV, Cidade do México: *El Colegio del Mexico*, 1976

⁵⁷ J. B. Rivera, *El auge de la industria cultural (1930-1955)*, Buenos Aires: C.E. de A.L., 1981; Rivera, *La forja del escritor profesional*, Buenos Aires: C.E. de A.L., 1980; Rivera, *El folletín. Eduardo Gutiérrez*, Buenos Aires: C.E. de A.L., 1980.

⁵⁸ P. Terrero, *El radioteatro*, Buenos Aires: C.E. de A.L., 1981, *El radioteatro y el teleteatro*. Buenos Aires, 1983 (mimeo)

⁵⁹ B. Siebel, *El teatro “bárbaro” del interior*, Buenos Aires: De la Pluma, 1984; *Los comicos ambulantes*, Buenos Aires: C.E. de A.L., 1982.

⁶⁰ L. Franco, *El circo criollo*, Buenos Aires: C.E. de A.L., 1981.

⁶¹ E. Squeff e J. M. Wisnik. *O nacional e o popular na cultura brasileira. Música*. São Paulo: Brasiliense, 1983

⁶² Osvaldo Sunkel, *Razón y pasión en la prensa popular*, Santiago: ILET, 1985

Mediações

Entender o significado de *mediação* para Martín-Barbero não é tarefa fácil. Apesar de constar no título do livro, em nenhum momento da obra a noção recebe uma definição mais elaborada. A palavra mediação e suas correlatas (mediar, mediador, etc) aparecem 37 vezes no livro, de acordo com levantamento do comunicólogo brasileiro Luiz Signates (1998). Em pelo menos 21 vezes, mediação é usada para denominar a ação ou qualidade de algo que liga dois termos distintos, ou que, ao mesmo tempo, se liga a eles.

Como um termo epistemológico na filosofia, *mediação* (*Vermittlung*, em alemão) entende-se em sua relação de oposição à "*imediatez*" (*Unmittelbarkeit*). Certeza *imediatez* é uma certeza que não é *mediada* por inferência ou prova, ou talvez até por símbolos ou conceitos. Na vertente idealista de origem cristã, o termo é usado na descrição da relação do homem com Deus: Deus pode revelar-se *mediatamente*, isto é, através das obras da natureza, ou *imediatez*, por milagres ou revelação direta. Mas a significação religiosa de *Vermittlung* é mais conspícua: o homem não pode abordar o divino sem intermediário, sejam símbolos fornecidos pela Bíblia, uma extensa educação ou o próprio Cristo. O mediador forma o termo médio de uma inferência unindo Deus ao homem. Na filosofia hegeliana, qualquer rígida oposição entre termos díspares é sentida como algo que exige mediação; não só a relação entre Deus e homem, mas entre corpo e mente, entre indivíduo e Estado, etc. *Mediação* é um termo fundamental na dialética, caracterizando uma maneira de explicar vínculos entre categorias separadas. Em Hegel, *Vermittlung* refere-se com frequência à união de dois termos por um terceiro termo, como por exemplo a união do *universal* e do *individual* mediada pelo *particular*. Em várias passagens Martín-Barbero faz uso da palavra mediação com essa intenção, por exemplo: a linguagem "alta" e a linguagem "baixa" são mediadas pela literatura de cordel (MARTÍN-BARBERO, 2001, p 158) ou o tempo do capital e o tempo da cotidianidade são mediados pelas séries e pelos gêneros (MARTÍN-BARBERO, 2001, p 308). Nesses exemplos, dois termos díspares são mediados por um terceiro.

Mas *Vermittlung* e *Unmittebarkeit* são freqüentemente usados por Hegel numa concepção mais abrangente. O imediato não está relacionado com outras coisas, é o simples, o dado, o elementar ou o inicial. O mediato, em contrapartida, tem relações com outras coisas, é o complexo, o explicado, o desenvolvido ou o resultante. Uma semente, por exemplo, é imediata, mas o carvalho é mediado por um processo de crescimento. Em realidade, para Hegel, nada é puramente imediato ou puramente mediado. A semente também é mediada na medida em que é resultado de um prévio ciclo de crescimento e o carvalho também é imediato porquanto possui um caráter presente definido que pode ser visto e descrito sem referência explícita às suas relações com outras coisas ou com o processo que culminou nele. "Assim, mediação e imediatidade não formam uma oposição diática mas uma tríade: (1) imediatidade simples (mas ainda relativa); (2) mediação; (3) imediatidade mediatizada, na qual a mediação de uma entidade é integrada nela. Este padrão é repetido: a imediatidade mediatizada que conclui uma tríade é a imediatidade simples com que se inicia a seguinte." (INWOOD, 1997, p. 216-219).

Também é interessante notar que no imediatismo do terceiro item, a mediação – que se integra a ele - é suprassumida. O carvalho suprassume o seu processo de crescimento. Assim, na relação entre o rural e o urbano mediada pelos meios de comunicação de massa (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 195), temos não só o urbano suprassumindo os meios de comunicação, como os meios em sua imediatidade suprassumindo o rural. A transferência de termos da filosofia para as Ciências Sociais deve ser cautelosa. Hegel e os filósofos estão a pensar em relações de cognição, na nossa forma de conhecimento do mundo, em termos hegelianos, na relação entre o mundano e o supramundano. Basicamente, algo é mediato ou imediato dependendo da nossa forma de acesso cognitivo a ele.

Quando Benjamin pioneiramente teoriza, dentro da herança marxista, a mediação entre a transformação nas condições de produção e as mudanças no espaço da cultura pelas transformações do *sensorium* dos modos de percepção, estamos de algum modo ainda no terreno da relação entre um mundo material e sua cognição, percepção ou *sensorium*. A mediação permitiria às teorias marxistas, como termo introduzido no lugar de reflexo, entender a relação entre

sociedade e arte ou entre infra-estrutura e superestrutura não mais como realidades refletidas, mas sim como realidades que passam por um processo de mediação, no qual seu conteúdo original é modificado. (SIGNATES, 1998, p. 38-39)

Adorno também desenvolve um raciocínio teórico baseado na categoria de mediação. Sua produção, em geral, é associada à defesa da arte autônoma e à crítica da cultura de massa, mas a categoria de mediação, um tanto estranha à postura a que é associado, é desenvolvida em trabalhos não tão lidos entre nós sobre Sociologia da Música. Para Adorno, a música pode ser encarada como “um terreno de negociação das relações sociais”. Essas relações não são lidas diretamente ou literalmente na música enquanto fenômeno, nem podem ser encaradas como um simples problema de vontade ou de função social, por isso pedem o conceito de mediação: uma categoria capaz de explicar como as relações sociais estão inseridas nas relações musicais. Como noção a mediação é necessariamente complexa, ela deve dirigir-se ao fenômeno musical e a seu contexto sócio-histórico, e deve também dirigir-se à diferença musical e no contexto cultural da desintegração das tradições. É dentro dessa linha de pensamento que Gabriel Cohn delinea a proposta final de seu livro Sociologia da Comunicação analisado mais acima:

“No estudo de produtos culturais, a categoria básica a ser usada não é a de comunicação, que se refere à relação entre o sujeito e seus receptores, mas a de mediação, que é inerente ao próprio objeto, e suscita a questão de ‘como os aspectos estruturais, posições, ideologias e tudo mais da sociedade se impõe à obra de arte’. Em suma, não se trata de saber o lugar da arte na sociedade, mas ‘como a sociedade se objetiva na própria arte’ (ADORNO, 1967, p 102)” (COHN, 1973, p. 154).

Mediação liga-se aí à definição filosófica sobre a relação entre termos díspares cuja mediação pode ser inferida a partir da imediatidade relativa (ou imediatidade mediatizada) do último termo da tríade, no caso de um estudo social, no termo cuja cognição se dá de forma mais imediata, como a música para Adorno. “As relações genéticas (entre técnica e sociedade na produção musical) são, por vezes, tão complexas que a tentativa de desenredá-las se

perde, suscitando inúmeras outras interpretações. Mais essencial, contudo, do que saber o que provém de onde, é o conteúdo: como a sociedade aparece na música, como ela pode ser decifrada de sua textura" (ADORNO, 1962 apud COHN, 1973, p. 155)

É curioso notar a proximidade, pelo menos das formas de expressão, da proposta de Cohn – a categoria básica não é *comunicação*, mas *mediação* – e a proposta de Martín-Barbero – ir dos *meios* às *mediações*. Cohn toma de Adorno a concepção de que a mediação inerente ao próprio objeto é o que permite inferir a partir dele os outros elementos da comunicação, ou pensando fora da área da comunicação, as técnicas de produção, sua relação com a sociedade e a Ideologia embutida no produto final.

Realizando exatamente o mesmo percurso indicado por Cohn para descobrir as ideologias envolvidas no processo de comunicação, Martín-Barbero descobre (não por acaso) as marcas da cultura popular onde anteriormente supunha-se existir apenas elementos de dominação e repressão. A adoção da noção de hegemonia é fundamental para que essa nova dimensão de análise seja alcançada. Vele frisar, portanto, que principalmente na segunda parte de seu livro, Martín-Barbero busca a relação entre a produção e a recepção na análise do próprio produto, tendo em conta suas formas de produção e tendo sempre em mente a imagem do público a quem essa produção é destinada. Mediação aqui é o que permite inferir um elemento a partir de outro.

A definição de Escostesguy sobre o uso barberiano de *mediações* é adequada para a compreensão do trabalho efetuado pelo autor na maior parte das análises realizadas no livro:

"Através das mediações é possível entender, fundamentalmente, a interação entre produção e recepção ou entre as lógicas do sistema produtivo e dos usos, ou seja, o que se produz nos meios não responde unicamente ao sistema industrial e à lógica comercial mas, também, a demandas dos receptores, ressemantizadas pelo discurso hegemônico." (Escostesguy, 2001, p. 101)

Mas essa definição não dá conta da proposta de Martín-Barbero para o futuro das investigações em Comunicação na América Latina, tampouco explica porque **Dos Meios às Mediações** tem sido tão fundamental para os Estudos de Recepção, uma vez que este uso da categoria mediações, que permite inferir outros termos a partir de um, não proporciona necessariamente o deslocamento realizado pelos Estudos de Recepção e proposto já na introdução do livro:

“... a comunicação se tornou para nós questão de mediações mais que de meios, questão de cultura e, porquanto, não só de conhecimentos mas de re-conhecimentos. Um reconhecimento que foi de início operação de deslocamento para re-ver o processo inteiro da comunicação a partir de seu outro lado, o da recepção, das resistências que aí tem seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos.” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 28)

O deslocamento proposto, “re-ver o processo inteiro da comunicação a partir de seu *outro* lado, o da recepção”, é clarificado no último item do livro intitulado “Mapa noturno para explorar o novo campo” e é aí que a categoria de mediação ganha a aceção que deu impulso teórico aos Estudos de Recepção.

O que o autor fez durante o livro foi procurar vestígios no formato, nos “modos com que o sistema produtivo (...) semantiza e recicla as demandas oriundas dos ‘públicos’ e seus diferentes usos” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 311). A partir disso, identifica três níveis de “dispositivos concretos por estudar” principalmente no que diz respeito aos estudos sobre televisão: a competitividade industrial (relações materiais envolvidas na produção televisiva, não confundir com competência comunicativa); ainda na produção: níveis e fases da produção, as ideologias profissionais, as rotinas de produção e as estratégias de comercialização; e, finalmente, as lógicas dos usos.

“... devemos começar diferenciando nossa proposta daquela análise denominada ‘dos usos e gratificações’, uma vez que estamos tratando de retirar o estudo da recepção do espaço limitado por uma comunicação pensada em termos de mensagens que circulam, de efeitos e reações, para re-situar sua problemática no campo da cultura: dos conflitos

articulados pela cultura, das mestiçagens que a tecem e dos anacronismos que a sustentam, e por fim do modo com que a hegemonia trabalha e as resistências que ela mobiliza, do resgate, portanto, dos modos de apropriação e réplica das classes subalternas." (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 312)

Nesse sentido começamos a entrever a concepção de mediação que vai tomar forma e corpo no estudo das lógicas dos usos dos meios de comunicação:

"... em vez de fazer a pesquisa a partir da análise das lógicas de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento, propomos partir das mediações, isto é, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão" (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 304).

O grande trunfo dessa construção é reparar que **a relação** entre a mensagem ou **entre o próprio ato da recepção e a produção de sentido não é imediata**. Entre o ato da recepção e a produção de sentido dele derivada há algo, a **mediação**⁶³.

Tal concepção pode ser melhor compreendida nas propostas de Martín-Barbero para o estudo da recepção da telenovela⁶⁴: "propõe-se três lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural" (MARTÍN-BARBERO, 2001, p 304). Tais elementos seriam importantes mediadores entre a recepção da telenovela e seus usos, sua produção de

⁶³ A mediação como categoria para se compreender a recepção está presente em "Dos Meios às Mediações", mas é desenvolvida mais fortemente em obras posteriores de Jesús Martín-Barbero, como: "América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social" (1995). Retomando essa noção, o teórico da comunicação mexicano Orozco Gómez é quem vai fundamentar a discussão das mediações na recepção. Pensando sempre nas pesquisas empíricas, Gómez define o paradigma das múltiplas mediações (que podem ser entendidas como o que são as variáveis para a sociologia). Entre elas: mediações individuais: provêm da individualidade, dos esquemas mentais através dos quais as pessoas percebem vários sujeitos conhecedores e comunicativos; mediações institucionais: dizem respeito às instituições (escola, família, igreja, trabalho, grupo de referência, etc), que dão sentido à própria produção de significados, o poder, as regras, as condições materiais e espaciais, a autoridade moral e o desenvolvimento de classificações que outorgam sentido ao mundo dizem respeito a essas mediações; Mediações dos meios de comunicação de massa: são a influência exercida pela própria tecnologia no ato da interação e da percepção da informação; mediações situacionais: são proporcionadas pelas condições do ambiente em que se dá a recepção; mediações de referência: são todas as características do receptor que o situam dentro de um contexto social maior: idade, etnia, gênero, classe social, etc. (Orozco, 1994)

⁶⁴ Ver também: MARTÍN-BARBERO, J. e MUÑOZ, S.. *Television y melodrama*. Bogotá: *Tercer Mundo Editores*, 1992.

sentido. A cotidianidade familiar é ao mesmo tempo “um dos poucos lugares onde os indivíduos se confrontam como pessoas e onde encontram alguma possibilidade de manifestar suas ânsias e frustrações”. Além de constituir a situação primordial de reconhecimento do indivíduo, a família é a unidade básica de audiência televisiva para a maioria das pessoas na América Latina, é o espaço onde se dá primeiramente a leitura e a codificação da televisão. Os traços do cotidiano perceptíveis na linguagem televisiva demonstram essa proximidade com a recepção realizada no espaço familiar e podem ser entendidos como marca da hegemonia, fazendo uso daquela primeira acepção de mediação, que permite aferir diferentes relações envolvidas na comunicação a partir de um lugar, do produto. A temporalidade social, por sua vez, também é ao mesmo tempo mediação da recepção e marca da hegemonia na linguagem televisiva. A temporalidade social não é a temporalidade do capital, do tempo que transcorre. É o tempo repetitivo, do ciclo, do fragmento e da série. É de uma só vez o tempo do ócio e o tempo da linguagem da televisão. A competência cultural diz respeito ao que Martín-Barbero chama de adequação ao gênero: “os gêneros que articulam narrativamente as serialidades, constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 311).

O gênero pode constituir-se como mediação entre a lógica do formato e a lógica dos modos de ler porque: “*a competência textual, narrativa, não se acha apenas presente, não é unicamente condição da emissão, mas também da recepção*” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 314). Os telespectadores são falantes do “idioma” dos gêneros, podem desconhecer sua gramática, mas compreendem seu funcionamento. Os gêneros estão em relação direta com a audiência, devendo, portanto, ser abordados a partir de uma pragmática que pode dar conta de como opera seu reconhecimento numa comunidade cultural. O gênero em que toda a América Latina se reconhece, e esse é o exemplo de maior destaque para Martín-Barbero, é o melodrama:

“Como nas praças de mercado, no melodrama está tudo misturado, as estruturas sociais com as do sentimento, muito do que somos – machistas, fatalistas, supersticiosos – e do que sonhamos ser, o roubo da identidade, a nostalgia e

a raiva. Em forma de tango ou telenovela, de cinema mexicano ou reportagem policial, o melodrama explora nestas terras um profundo filão de nosso imaginário coletivo, e não existe acesso à memória histórica nem projeção possível sobre o futuro que não passe pelo imaginário. De que filão se trata? Daquele em que se faz visível a matriz cultural que alimenta o reconhecimento popular na cultura de massa" (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 316)

Como uma estratégia de comunicabilidade, os gêneros, analisáveis pelo texto, são mediadores da lógica do sistema produtivo e das lógicas dos usos. O que está em jogo no melodrama é o reconhecimento, distante da questão ideológica e do reino da alienação onde o reconhecer-se torna-se des-conhecer. O sentido do reconhecimento importante para Martín-Barbero é uma questão sobre sujeitos, sobre seu modo específico de se constituir, de *interpelat*: "Todos se fazem e refazem na trama simbólica das interpelações, dos reconhecimentos" (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 316). Voltamos assim, sem nunca ter saído, ao campo da recepção, do espaço e do tempo do cotidiano familiar e dos movimentos de bairro.

E antes que alguém pergunte, Martín-Barbero toma a dianteira:

"Mas onde ficam a alienação, a ideologia e as argúcias dos comerciantes? Também aí, como parte da trama de desconhecimentos e reconhecimentos. Trabalhando não a partir do exterior e menos ainda como os 'verdadeiros' protagonistas de um drama em que o pobre povo não seria outra vez mais que o coro. E o coro se rebelou há muito tempo. (...) Começamos a suspeitar de que o que faz a força da indústria cultural e o que dá sentido a essas narrativas não se encontra apenas na ideologia, mas também na cultura, na dinâmica profunda da memória e do imaginário" (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 318 – 319)

Dessa maneira, muito mais a partir do que pergunta do que pelas respostas que apresenta e também mais pelos caminhos que indica do que pelos que percorre, Jesús Martín-Barbero acaba por propor não uma teria fechada, mas um mapa noturno, indicações para se tatear o caminho e que foram muito bem recebidas por pesquisadores e desbravadores que não estavam completamente perdidos, guiavam-se pela bússola da concepção gramsciana de hegemonia, do alargamento da noção

de cultura e da percepção altamente latino-americana de que as relações de dominação e poder não terminam invariavelmente em repressão ou aniquilação, mas antes, muitas vezes, em mestiçagem. Tudo isso junto, somado a um esforço de desobstrução do caminho pelo questionamento dos paradigmas teóricos hegemônicos, faz de **Dos Meios às Mediações** uma obra fundamental para a compreensão e o auto-reconhecimento dos Estudos Latino-americanos de Recepção.

Mass Media e Espaço Público

“Com o início do capitalismo, o estatuto social do pobre se modifica. Na economia mercantilista, não era nem produtor nem consumidor, e podia ser segregado. Com o advento da nova revolução industrial, o pobre torna-se socialmente indispensável.”

Sergio Paulo Rouanet

Nos anos recentes, os estudos em teoria da comunicação se aproximam das discussões travadas desde há meio século pela filosofia política. O encontro das duas linhas disciplinares se dá na análise da dimensão do espaço público político e social contemporâneo, como definido por Jürgen Habermas e, inspirado também em Hanna Arendt.

Curioso notar que após travar um debate crítico e por vezes repleto de mágoa com a Escola de Frankfurt, o pensamento latino-americano contemporâneo vá buscar as bases da discussão atual sobre comunicação em um pensador que constrói sua teoria em linha com as preocupações da mesma Escola. Como aponta Martín-Barbero em prefácio à 5ª edição castelhana de **Dos Meios às Mediações**, escrito dez anos depois da publicação da primeira edição:

“Do lado da *comunicação*, o que hoje necessitamos pensar é um processo no qual o que está em jogo já não é a dessublimação da arte, simulando, na figura da *indústria cultural*, sua reconciliação com a vida, como pensavam os frankfurtianos, e sim a emergência de uma *razão comunicacional*, cujos dispositivos – a fragmentação que desloca e descentra, o fluxo que globaliza e comprime, a conexão que desmaterializa e hibridiza – agenciam as mudanças do *mercado da sociedade*. Frente ao consenso dialogal em que Habermas vê emergir a *razão comunicativa*, liberada da opacidade discursiva e da ambigüidade política que as mediações tecnológica e mercantil introduzem, o que estamos tentando pensar é a *hegemonia comunicacional* do mercado na sociedade: a comunicação convertida no mais eficaz motor de desengate e inserção das culturas – étnicas, nacionais ou locais – no espaço/tempo do mercado e nas tecnologias globais.” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 13)

Aproximando-se de Horkheimer e travando debate direto com Marcuse, Habermas dedica-se a analisar a técnica e a ciência em sua qualidade de *ideologia*. Os cientistas e os técnicos, graças a um saber sobre um mundo não vivido de abstrações e deduções, adquiriram a possibilidade de dirigir e modificar o mundo em que os homens vivem. A crítica maior é ao empirismo (funcionalista ou determinista), que despreza estratégias discursivas e planos histórico-culturais numa tentativa de reduzir a análise do real à quantidades. Os colegas de Escola também não saem ilesos. Habermas denuncia o ideal implícito dos pensadores frankfurtianos da geração anterior: a esperança na restauração da harmonia entre o homem e a natureza. Ele ataca a própria idéia de uma nova ciência e uma nova tecnologia como um mito romântico; o ideal de uma tecnologia baseada na comunhão com a natureza estaria aplicando o modelo da comunicação humana a um domínio onde apenas são possíveis relações instrumentais.

O *agir comunicativo*, conceito introduzido por Habermas em 1981⁶⁵, exercido por meio de *atos discursivos*, é o contraponto à irresistível ascensão de uma lógica de sistemas integrados, que se organizam em torno da tecnologia e do mercado (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, pp 114-118). O agir comunicativo liga-se a "ações orientadas para o entendimento mútuo". Quando os sujeitos comprometidos em uma ação comunicativa "decidem" introduzir-se na esfera do discurso e apartar-se momentaneamente da esfera da ação, o fazem com o propósito de analisar e resolver racionalmente suas divergências. Neste sentido, devem tematizar discursivamente – através de argumentações – suas pretensões individuais de validade, mas ao mesmo tempo têm de assumir inevitavelmente a validade geral da comunicação discursiva. O discurso visa a compreensão mútua e consensual dos atores sociais envolvidos no debate. A ética comunicativa é uma região dialógica na qual convergem posturas valorativas diferentes com o propósito de argumentar bem em busca de um consenso e não para chegar a um entendimento estratégico e particularista. Nenhum interesse ou inclinação particulares se impõe porque todos são problematizados no discurso; o interesse geral é afiançado pelo melhor

⁶⁵ In HABERMAS, Jürgen. Consciência moral e agir comunicativo. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

argumento, pela norma válida e pela sua correção; a vontade geral é resultado da vontade discursiva dos participantes autônomos. Na ética comunicativa como processo de formação da vontade geral, como processo de esclarecimento, só pode haver participantes (HABERMAS, 1974. p. 40). O respeito ao individual, que leva por sua vez à crítica reflexiva, assegura o respeito ao geral que transcende o social como comunidade de diálogo.

Essa sucinta explanação sobre a teorização habermasiana da ética discursiva se faz necessária para a compreensão da base conceitual onde se apóia sua concepção de *esfera pública*. O desenvolvimento do capitalismo em alguns países da Europa, na segunda metade do século XVII, já havia motivado a constituição de uma *esfera pública* como espaço de debate burguês. O crescimento agigantado do Estado, assim como a expansão de uma economia em vias de tornar-se monopolista, tomava de assalto a *esfera pública* nas duas últimas décadas do século XIX (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p. 117). É a partir da concepção de esfera pública, de suas mudanças e suas possibilidades na contemporaneidade que se constrói um dos debates mais atuais no campo da Comunicação e não diretamente a partir do conceito de ação comunicativa como constituinte de uma esfera dotada de uma ética específica, como se poderia supor.

Os estudos em comunicação já tinham em conta a dimensão política na determinação da relação entre *media* e sociedade, mas partiam de uma constatação inicial diferente. As posturas teóricas tradicionais atribuem grande valor ao uso dos meios de comunicação de massa como instrumento: seja como instrumento de um mercado, seja como instrumento de uma dominação impossível de se controlar. “Fica subentendida a questão da técnica interferindo no modelo de sociedade, ou, ao contrário, se é o modelo de sociedade que faz uso instrumental das tecnologias de comunicação” (SOUSA, 2001).

Aos poucos, com as mudanças históricas ocorridas ao longo do século XX e principalmente a partir da década de 80, a análise instrumental dos *media* vai mostrando-se insuficiente. Uma concepção de cultura mais abrangente, como proposto pelos Estudos Culturais britânicos, fez-se necessária para dar conta da complexidade da relação entre *media* e sociedade. A nova abordagem

desenvolveu instrumental teórico para a observação analítica dos processos de negociações simbólicas, resistência e interpretação envolvidos no jogo comunicacional. Os estudos culturais latino-americanos, ou Estudos de Recepção, preocupam-se desde cedo com a questão da democracia, que apresentava-se empiricamente fragilizada no contexto local. E o estudo das relações entre televisão e democracia, por exemplo, começam a projetar o político sobre o âmbito do *cultural*. Dessa forma, proliferam as investigações sobre a relação dos meios com os setores populares. “O que veio a exigir, de entrada, uma *democratização* do olhar do investigador para se fazer capaz de perceber esses outros “modos de ver” que configuram as culturas populares” (MARTÍN-BARBERO, 2004). Como observa-se mais especificamente no Brasil, a produção acadêmica no campo da Comunicação quando se interessa por práticas de recepção mediática, concretiza-se como estudos qualitativos de audiência de televisão, centrados nos usos ou na relação que determinada audiência estabelece de gêneros televisivos específicos (ESCOSTEGUY, 2001/2003; JACKS, 2003/2005). Diante deste cenário, Martin-Barbero verifica, em 1997, um vazio no Estudos de Recepção latino-americanos: “a ausência de investigação, que mereça esse nome, sobre as relações entre política e televisão”. Entendendo por isso não a já consagrada denúncia do clientelismo que rege as relações entre governo e proprietários de emissoras de TV, nem as acusações generalizantes e desgastadas sobre a “espetacularização” da política, mas sim o estudo dos modos peculiares como a televisão tem atuado na construção da política:

“No que concerne à política, o que estamos vivendo não é, como crêem os mais pessimistas dos profetas-fim-de-milênio, a sua dissolução, mas a reconfiguração das mediações em que se constituem os novos modos de interpelação dos sujeitos e de representação dos vínculos que dão coesão à sociedade. Mais que substituí-la, a mediação televisiva ou radiofônica passou a constituir, a fazer parte da trama dos discursos e da própria ação política. Pois essa mediação é socialmente produtiva, e o que ela produz é a densificação das dimensões rituais e teatrais da política. Produção que permanece impensada, em boa medida impensável, para a concepção instrumental de comunicação que permeia boa parte da crítica.” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 14)

Martín-Barbero (2004) formula ainda uma série de questões mais originais e pertinentes aos estudos de recepção que poderiam guiar análises da comunicação na investigação política:

“Em que medida e em que aspectos a televisão reforça as velhas linguagens e os costumes políticos tradicionais ou está contribuindo para sua renovação? (...) Pois se é certo que ao passar pela imagem televisiva a política tende a gerar identificações emocionais mais que critérios racionais, o que fazem os partidos para combater essa tendência? (...) Como se processa, que sentidos toma, de uma e de outra parte, o deslocamento no comando da política dos políticos aos comunicadores dos grandes meios audiovisuais? Até que ponto se está compreendido que, ainda quando introduzem deformações, pela televisão e pelas redes informáticas passa hoje a emergência e constituição de uma nova esfera pública?”.

Não que os Estudos de Recepção estejam deixando de investigar a cotidianidade e as relações entre as pessoas e os *media*, pelo contrário, é exatamente a partir dessas relações compositoras da trama cultural e comunicativa que se propõe o estudo da política: “Pois nem a produtividade social da política é separável das batalhas que se travam no terreno simbólico, nem o caráter participativo da democracia é hoje real fora da cena pública que constrói a comunicação massiva” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 15). O que ocorre hoje é a preocupação com um aprofundamento e com a inclusão das pesquisas marcadamente locais e com objetos empíricos bastante definidos e limitados, em um panorama teórico maior. O papel dos *media* no processo político é tema central de grande parte das teorias de comunicação, mas muitas vezes a análise do processo fica restrita a uma crítica instrumental dos meios. Os Estudos de Recepção contribuem com esse debate, entre outras coisas, por virem desenvolvendo já há algum tempo instrumental teórico para lidar com questões como cultura, popular, consumo e cidadania. O deslocamento do olhar “dos meios às mediações” ou a consideração do processo comunicacional a partir da perspectiva do receptor e de sua relação com os meios colocam o investigador ligado aos estudos culturais em uma posição privilegiada para o entendimento da “crise do espaço público”. A proximidade ao receptor têm mostrado-se fundamental para a compreensão da dinâmica daquilo que pode ser entendido

como o espaço público contemporâneo, chamado por alguns estudiosos de *espaço público mediático*. “Pois o *meio* não se limita a veicular ou a traduzir as representações existentes, nem tampouco pode substituí-las, mas começou *constituir uma cena fundamental da vida pública*.” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 14)

Dessa maneira, não é diretamente pela definição de uma teoria da ação social baseada no agir comunicativo como constituinte de uma esfera regida pela ética específica do discurso que os estudos de comunicação apoiam-se em Habermas; mas é na sua definição de esfera pública, assim como também proposto de maneira um pouco distinta por Hanna Arendt, que eles encontram campo fértil para a investigação das possibilidades de ação dos *media* e de seus receptores na constituição política das sociedades contemporâneas.

Assim como fizemos com as noções de Indústria Cultural e Cultura, acreditamos ser necessária uma revisão crítica da idéia de Espaço Público antes de sua adoção, negação ou adaptação pelas teorias de comunicação da atualidade. A preocupação com o espaço público surge num tempo e num espaço distintos do nosso e cujos referenciais teóricos remontam à filosofia política e não aos temas tradicionais aos estudos de comunicação. Passemos, então, ao princípio desse debate.

Espaço Público em Hanna Arendt

Em **A condição humana**, de 1958, Hannah Arendt constrói uma análise bastante relevante para a teoria política, ao narrar a história do declínio da “ação política” e do “espaço público”, entendidos em seu sentido original, aquele conferido pelos gregos antigos. Para os gregos, a vida digna não podia ser resumida nas dimensões da sobrevivência (*labor*), nem no mundo artificial das coisas (*trabalho*). Ela definia-se na independência do homem frente às necessidades, à subordinação e ao comando, ou seja, na ação dedicada aos assuntos públicos e políticos (*bios politikos*, na distinção aristotélica das ocupações dignas). Institui-se, pois, uma divisão da atividade humana em duas esferas distintas de existência: a esfera privada doméstica e a esfera pública. (SIGNATES, 1999, p. 13)

A análise de Arendt centra-se na constatação da utilização da instância do diálogo como contraposição ao uso da violência como forma de dominação política. O espaço público era o espaço, por excelência, da liberdade. Tratava-se de um espaço compartilhado por uma pluralidade de homens com igual direito à fala. A esfera pública, ou a polis, era o lugar, onde propiciava-se a “ação política” e o “discurso”, “prerrogativas exclusivas do homem” (ARENDR, 1981, p. 31). A possibilidade do discurso nascia exatamente no regime da pluralidade e da diferença, da argumentação e da persuasão. Pluralidade, porém, em igualdade de posições. A fala política não fazia sentido, por exemplo, na esfera privada. O interior da família é o espaço da dominação; neste, o cidadão grego é o senhor, exerce o domínio sobre o escravo, a mulher e a criança, para que as necessidades sejam satisfeitas. Na esfera privada, o cidadão não *fala*, mas *ordena*. Isto porque a fala política nunca é ordem, ao contrário, expressa-se sempre sob a forma de diálogo.

Diante da separação entre esfera doméstica e esfera pública, vale lembrar um pequeno detalhe embutido no termo espaço público desde a sua origem grega. A participação na vida política, ou para Arendt, nos espaços de diálogo sócio-político, é limitada aos indivíduos libertos do reino da necessidade. Sendo assim, mulheres, escravos e boa parte da população ateniense, por exemplo, eram excluídos da esfera pública por definição.

Espaço Público em Habermas

Na modernidade, este tipo de exclusão se mantém, mesmo tendo o espaço público origem histórica distinta. Em “Mudança estrutural da esfera pública”, escrito em 1961, Jürgen Habermas analisa as origens e transformações da esfera pública burguesa como categoria historicamente definida e ligada ao desenvolvimento da própria sociedade burguesa, nascida na Europa, durante a decadência da Idade Média.

“A esfera pública burguesa pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público; elas reivindicam esta esfera pública regularmente pela autoridade, mas diretamente contra a própria

autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social” (HABERMAS, 1984, p. 42).

Essa definição aponta para a possibilidade criada pela sociedade burguesa de superação da definição de uma superioridade determinada por uma origem hereditariamente nobre, em seu lugar, entra a superioridade do melhor argumento definido na discussão. A dominação torna-se assim racional. A valorização da palavra e da argumentação aproxima o pensamento de Habermas ao pensamento de Hanna Arendt, para quem o público se faz no discurso e ação política é fundamentalmente o debate livre e democrático.

Para que o espaço público possa se constituir, além de instâncias político-sociais institucionalizadas e um arcabouço jurídico, é fundamental a existência de uma cultura comum, na qual os cidadãos partilhem visões de mundo, representações morais e formas de identidade. Mais do que uma união em torno dos direitos e garantias fundamentais do homem (tal qual no Liberalismo), ou em torno de um projeto comunitário (tal qual nas formulações comunitaristas), os homens, para Habermas, devem compartilhar uma esfera de interação e comunicação (COSTA, 1995).

A pública argumentação que se realiza na esfera pública constringe por princípio os parceiros do debate a aceitar como única autoridade aquela que emerge do melhor argumento. A esfera pública impõe uma paridade de pretensões inicial entre os sujeitos até que a sua própria posição se torne discurso; depois disso, há de se submeter apenas às regras internas ao processo de conversação ou debate público. Portanto, para que o processo de discussão racional se realize, é necessário que os participantes da esfera pública compartilhem um “mundo da vida” comum. A consequência mais imediata dessa necessidade de uma cultura comum, é a exclusão daqueles que não compartilham do mesmo mundo da vida.

O âmbito do público nas sociedades modernas, “como cenário em que os cidadãos discutem e decidem assuntos de interesse coletivo, formou-se a partir do século XVIII em países como Alemanha e França, com um alcance restrito.

Aqueles que liam e participavam dos círculos ilustrados estabeleceram uma cultura democrática centrada na crítica racional" (CANCLINI, 1999, p. 48).

A esfera pública burguesa surge em "espaços culturais tornados públicos", como cafés, salões, salas de concerto, num campo de tensão entre Estado e sociedade civil, ou seja, como uma ponte entre a sociedade decadente representada pela corte e a nova sociedade emergente. Ela surge como esfera pública literária, da qual participam a intelectualidade burguesa. Os cafés ingleses, os salões franceses e as comunidades de comensais alemãs possuem cada qual sua peculiaridade e diversidade de acordo com a cultura local, mas há certos traços comuns entre eles.

Segundo pensamento habermasiano, a esfera pública burguesa, neste momento caracterizada como esfera pública literária, mantém uma característica básica semelhante: a reunião permanente de pessoas privadas num público buscando formar racionalmente uma opinião pública baseada no melhor argumento; onde a autoridade do melhor argumento se sobrepõe à hierarquia social e se contrapõe a esta, colocando-se, neste sentido, o burguês como um ser humano com direitos universais e não inferior ao aristocrata.

Para que a autoridade do melhor argumento não sucumba a qualquer tipo de hierarquia social, pressupõe-se igualdade de status durante a discussão, ou seja, que no interior desta esfera todos estejam entre pares. Este critério parece ser o mais importante na medida em que ele configura o ideal iluminista da igualdade, emancipando assim o "espírito burguês" ou se quisermos a consciência burguesa da autoridade da Igreja e do Estado:

"A paridade, cuja base é tão somente que a autoridade do argumento pode afirmar-se contra a hierarquia social e, por fim, até se impor, para o espírito vigente à época, significa a igualdade do simplesmente 'meramente humano'. (...) Não que se deva crer que, com os cafés, os salões e as associações tal concepção de 'público' tenha sido efetivamente concretizada; mas, com eles, ela foi institucionalizada enquanto idéia e, com isso, colocada como reivindicação objetiva e, nessa medida, ainda que não tenha

se tornado realidade, foi, no entanto, eficaz." (HABERMAS, 1984, p. 51-52).

Mas, a esfera pública burguesa nasce como esfera de proprietários privados. Dela ficavam fora a maioria das mulheres e os empregados, pois eram vistos como pessoas sem autonomia para decidir em razão do melhor argumento.

"Onde o público se estabelece como grupo fixo de interlocutores, **ele não se coloca como equivalente ao grande público, mas reivindica aparecer de algum modo como seu porta-voz**, talvez até como educador. Aparecer em seu nome e até mesmo representá-lo – eis a nova configuração burguesa." (HABERMAS, 1984, p. 53 – grifo nosso). Mesmo assim, esta "ficção de uma esfera pública" ganha legitimidade naquele contexto de luta da sociedade civil contra o mercantilismo e o absolutismo, pois convergia os interesses dos proprietários privados com o das liberdades individuais, pois a propriedade privada era vista como a base da liberdade e mesmo da igualdade, permitindo que a burguesia identificasse a sua emancipação política com a emancipação política em geral e mesmo com a emancipação humana. É nesse contexto que forma-se, no século XVIII, a esfera pública política, compreendendo o espaço do trabalho e da troca de mercadorias e realizando a mediação entre sociedade civil e Estado. Dessa forma, a esfera pública burguesa identifica as leis do Estado às leis do mercado. "Para Hannah Arendt, isso significa uma subversão do conceito grego de política, pois a esfera pública perde autonomia para as necessidades privadas ao se confundir com a esfera privada, a política deixa de ser um fim em si mesma para tornar-se meio para fins determinados pelo trabalho e o labor e, finalmente, com isso, os homens se alienam" (SIGNATES, 1999, p. 16).

Os media: ampliação e esvaziamento da esfera pública

De qualquer forma, a esfera pública prima por um ideal de bem comum que, tendendo ou não para os interesses de uma classe, é sempre idealizado. A participação individual na esfera pública, tanto na pólis grega como no Estado moderno burguês, foi sempre limitada a pequenas parcelas da população.

Em quase todo o decorrer da história ocidental, até a crise da modernidade, fez parte do governar subjugar ou até mesmo ignorar aqueles que não participavam das instâncias de decisão do poder político. Mudanças drásticas na organização social, política ou econômica, podiam ser entendidas muito mais como uma troca de atores no campo da ação política do que como uma ampliação desse campo. Com as revoluções burguesas na França e na Inglaterra; a independência dos Estados Unidos; a Revolução Industrial e a instauração do processo de urbanização nas principais cidades européias tornava-se mais difícil determinar os valores comuns da esfera pública sem dar maior importância ao chamado povo.

A preocupação com o fenômeno social massa em teoria política, como vimos anteriormente, é um legado do pensamento político conservador do século XIX, e remonta à reação contra a Revolução Francesa. Como destaca Gabriel Cohn, “a noção de massa tende a emergir, assim, em contraposição àquela de classe, na medida mesmo em que esta é componente básico do universo de discurso revolucionário em formação na mesma época” (COHN, 1973, p. 19).⁶⁶

Se a inspiração teórica for materialista, podemos encontrar a origem para a inclusão daqueles que antes eram segregados por não participarem da esfera econômica nem como produtores nem como consumidores, no próprio capitalismo industrial, que passa requisitá-los como mão de obra. Como apontou Sergio Paulo Rouanet: “Com o advento da nova revolução industrial, o pobre torna-se socialmente indispensável.” (ROUANET, 1996, p. 95)

Não se podia mais, na Europa do século XIX, ignorar as pessoas que invadiam as cidades, ou suas periferia sem muitas posses, sem nenhuma

⁶⁶ Para entender a problemática sociológica das massas faz-se interessante, como aponta Gabriel Cohn (1973), a leitura das análises do conservador e ainda atual Alexis De Tocqueville sobre os riscos inerentes ao processo de homogeneização que ele enxergava na sociedade norte-americana de meados do século XIX, na obra *A Democracia na América*; da obra de Gustave LeBon sobre a “psicologia das massas”, em que o autor observa a mudança de comportamento de indivíduos que isoladamente são capazes de discernimento e de ações racionais, mas que quando compõem multidões adquirem uma espécie de mentalidade coletiva; e dos estudos da última fase de Karl Mannheim, em que, preocupado em endereçar suas teses às “elites”, enfatiza a contraposição elite e massas e o efeito dessa relação sobre seus componentes: “a sociedade de massa industrializada tende a produzir um comportamento muito contraditório, não só na sociedade mas também na vida pessoal do indivíduo. Como sociedade industrial em grande escala, cria toda uma série de atos que são racionalmente calculáveis no mais alto grau e que dependem de toda uma série de repressões e renúncias de satisfações impulsivas. Como sociedade de

erudição e sem compartilhar da mesma tradição daquele Homem, daquela Humanidade e daquela Sociedade que erigiram a base do chamado espaço público burguês. O mercado já não os ignorava. E os *media*, ou meios de comunicação de massa, não só não os ignoravam como pareciam muito mais inclinados a eles do que àqueles que antes se serviram deles para instaurar a esfera pública literária.

Os *media* sinalizam, segundo nossa leitura de Habermas, o início e a decadência da esfera pública. Como já apontamos: “Do ponto de vista histórico, o nexó entre esfera pública e privada começou a aparecer nas formas de reunião e de organização de um público leitor, composto de pessoas privadas burguesas, que se aglutinavam em torno de jornais e periódicos.” (HABERMAS, 1997, p. 98). Na Inglaterra do século XVIII, por exemplo, a disseminação dos periódicos quase não encontra obstáculos, como o controle político da imprensa que despontava em outros países da Europa. Ao mesmo tempo, crescia no número de cafés, que já se delimitavam como ambientes para a leitura e o debate dos assuntos abordados nesses periódicos: “[...] três mil cafés apenas em Londres, cada um com núcleo de clientes regulares. Muitos dos novos periódicos se interligavam estreitamente com a vida nos cafés, uma vez que eram lidos e debatidos por indivíduos que lá se juntavam para discutir as questões do dia” (THOMPSON, 2002, p. 68. Apud CRESPO, 2003). Vale lembrar que os periódicos normalmente não eram comprados por cada indivíduo, mas podiam ser facilmente acessados nos referidos cafés.

A profusão dos jornais e periódicos e a popularização da literatura e do teatro ampliam a esfera pública na modernidade, identifica Habermas. Mas esta esfera pública, quando ampliada, perde o conteúdo político para o conteúdo voltado para o consumo:

“O ‘universal’, com que o público se ocupava criticamente, continuou a ser monopólio de interpretação de autoridades eclesiásticas e governamentais, não só de cima do púlpito, mas também continuou a sê-lo na filosofia, na literatura e na arte, ainda quando o desenvolvimento do capitalismo exigia

massa, por outro lado, produz todas as irracionalidades e explosões emocionais características das aglomerações humanas amorfas” (Mannheim, 1940 – APUD Cohn, 1973)

de determinadas categorias sociais um comportamento orientado por informações e cada vez mais informações. Mas à medida que as obras filosóficas e literárias, as obras de arte em geral, são produzidas para o mercado e intermediadas por ele, esses bens culturais se assemelham àquela espécie de informações: como mercadorias, tornam-se, em princípio, acessíveis a todos. Não continuam a ser parte constitutiva da representabilidade pública eclesiástica ou cortesã, exatamente isso é que é pensado com a perda da sua aura, com a profanação de seu caráter outrora sagrado. As pessoas privadas, às quais a obra se torna acessível enquanto mercadoria, profanam-na à medida que, por vias do entendimento racional, entre si, por conta própria, o seu sentido, conversam sobre ela e, assim, precisam verbalizar o que, até então, exatamente tinha podido, na não-verbalização, desenvolver sua autoridade" (HABERMAS, 1984, p. 52).

Essa expansão implica a própria decadência da esfera pública literária, pois ela se vê transformada em um simples espaço de consumismo cultural e à cultura burguesa resumida em mera ideologia. Agora, as leis do mercado "também penetram na esfera reservada às pessoas privadas enquanto público, o raciocínio tende a se converter em consumo e o contexto da comunicação pública se dissolve nos atos estereotipados da recepção isolada" (HABERMAS, 1984, p. 53).

Através das técnicas de publicidade e relações públicas, as grandes empresas capitalistas passam a "trabalhar a opinião pública", tendo como tarefa central a construção do consenso e de uma "opinião pública encenada". A publicidade que era uma forma de desmistificação da dominação política, torna-se um instrumento de dominação.

A argumentação racional também cede espaço à comunicação baseada fortemente na forma. E há uma diminuição da distância entre fato e ficção. Os *media* e seus produtos digeríveis e descartáveis retiram a visão totalizadora do real e mudam a própria forma de comunicação e raciocínio. O público leitor dá lugar ao consumidor: o mundo criado pelos *media* só na aparência ainda é esfera pública. A discussão se esvai e os *media* se pautam por uma lógica muito mais

privada que pública. Depois de chegar e se consolidar no poder a burguesia já não precisa ser crítica e nem sustentar uma esfera pública crítica.

A imprensa cria um “aparelho que certamente representa um máximo de público e um mínimo de opinião”. Com o afastamento do público das decisões, a esfera pública só é mobilizada periódica, temporária e transitoriamente para as eleições. Porém, a rigor, nem aí se organiza uma esfera pública argumentativa, mas uma esfera estatuída de modo demonstrativo e manipulador (ALMEIDA, 1999). Identificamos nessa breve passagem um dos problemas mais comuns da aplicação do conceito habermasiano de esfera pública sem a devida atenção à origem histórica descrita anteriormente. A comparação direta entre a esfera pública de um primeiro momento, a esfera pública burguesa, e a esfera pública de um segundo momento, mediada pelos veículos de comunicação de massa, induz a conclusão de que o público teria sido afastado do espaço de tomada de decisões. Que a imprensa ou os media em geral representem um máximo de público e um mínimo de opinião, é fato a se considerar e avaliar. Porém, isso não pode nos levar a crer que, num primeiro momento, a esfera pública burguesa constituída na França, Inglaterra e Alemanha realmente abarcava a totalidade da população e que expansão do capitalismo, ou qualquer outro fator histórico que tenha levado à difusão dos veículos de comunicação, a tenha afastado desses espaços de decisão. Não se pode tomar o “ideal” de esfera pública burguesa definido por seus participantes, que se colocavam como porta-vozes de um todo muito maior que eles, como representativo do real funcionamento desse mecanismo no jogo político. Também, se colocarmos lado a lado os dois momentos da esfera pública como definida por Habermas, teremos um espaço público em que todos os participantes têm voz e ouvido e um outro em que pouquíssimos têm voz e a maioria apenas ouve. Como já expusemos, todos falam e todos ouvem na esfera pública burguesa da Europa do século XVIII, mas todos são muito poucos. A expansão dos meios de comunicação de massa ampliou as possibilidades de divulgação das mensagens, fazendo-as chegar até onde nunca antes as discussões burguesas haviam ido, porém, nesses novos locais, os novos participantes que constituem finalmente a maioria da população ainda podem apenas ouvir, o direito à fala no “espaço público mediatizado” permanece concentrado nas mãos de poucos.

A opinião pública, fundamental no espaço público idealizado, já não pode vestir a fantasia de “produzida livremente” como fazia nos cafés e salões europeus. Agora, espalhada pelo mundo através dos meios de comunicação, ficam evidentes a restrição do acesso ao espaço de produção do debate e o jogo de interesses econômicos que permeia seus agentes.

Habermas, em prefácio à reedição alemã de “Mudança Estrutural da Esfera Pública”, já em 1990, reavalia essa posição drasticamente negativa com relação a expansão dos *media*:

“A partir das novas pesquisas da sociologia da comunicação e do comportamento político, o autor relativiza a tese linear anterior de que os cidadãos, na sociedade de massas, teriam se transformado, em consumidores de entretenimento. Não se deve subestimar, segundo o autor, o potencial de crítica e de seleção de um público capaz de preservar suas diferenciações internas e sua pluralidade, a despeito da pressão cultural e politicamente homogeneizadora da mídia.” (COSTA, 2002, p. 24)

Pensar a política a partir da comunicação, dentro das novas perspectivas presentes nos Estudos de Recepção, “significa pôr em primeiro plano os ingredientes simbólicos e imaginários presentes nos processos de formação do poder” (MARTIN-BARBERO, 2001, p. 15).

De fato, estudiosos contemporâneos concordam que a aplicação da formulação habermasiana de um espaço público na análise das sociedades atuais torna-se impossível. “Como expressar o comum e o público numa sociedade globalizada ao mesmo tempo que territorializada? Como caracterizar o comum numa sociedade marcada pela desigualdade e pela pluralidade?”, pergunta Mauro Wilton de Sousa (2001).

Talvez seja exatamente esse o lugar dos *media* no mundo contemporâneo. O lugar da constituição, mesmo que simulada, do comum. Um comum ampliado forçosamente pela gana expansionista do capitalismo e pela idéia de participação política universal da democracia moderna. Uma idéia que, depois das revoluções burguesas, da industrialização e da invasão das cidades pelas massas, não podia

mais comportar a ambigüidade de um comum que, ao mesmo tempo em que diz respeito a todos, é restrito a uma minoria.

Conclusão

O caminho percorrido nesta dissertação é apenas um dentre os muitos possíveis para se chegar ao debate que fundamenta os Estudos de Recepção dos meios de comunicação de massa na América Latina.

Iniciamos nossa trajetória pelos pensadores responsáveis pela elaboração das proposições teóricas que mais influenciaram os cientistas sociais no subcontinente interessados no fenômeno da comunicação entre os anos de 1960 e 1980. O período ganha maior importância quando lembramos que a maioria dos professores e dos investigadores de prestígio da área foram formados sob essa influência. E mais, se notarmos que depois desse período nenhuma outra linha teórica teve uma penetração tão forte e maciça na área do conhecimento sobre a comunicação de massa na América Latina. A partir da década de 1980, as proposições da Escola de Frankfurt já não se apresentam mais como as únicas vias teóricas possíveis e nem mesmo como as mais adequadas para a abordagem da comunicação num ambiente acadêmico já transformado. Onde a teoria se faz fundamental, os estudos sobre a comunicação de massa arrefeceram. Onde a prática acadêmica liga-se mais às questões empíricas e experimentações reflexivas, as referências teóricas multiplicaram-se e pulverizaram-se e o objeto ganhou novas dimensões.

O movimento que realizamos no nosso segundo passo, a chegada aos Estudos Culturais Britânicos, não encontra correspondência em um real caminho percorrido pela teoria. A concepção de cultura de Raymond Williams não foi elaborada em uma contraposição direta a Adorno e Horkheimer, os debates aos quais os autores se filiam são distintos. Tampouco, do lado da recepção dessas teorias no continente latino-americano, os Estudos Culturais chegaram a alcançar a penetração que teve o pensamento frankfurtiano ou foram adotados somente como um contraponto a este. Os Estudos Culturais Britânicos figuram nesta dissertação por apresentarem, além de uma metodologia interessante para os Estudos de Recepção, uma discussão conceitual profundamente elaborada e que contempla questões que há muito preocupam os investigadores da recepção, como a noção de cultura mais abrangente e a preocupação com o modo de vida

e a cultura das classes populares. Embora não se tenham tornado corrente hegemônica no pensamento sobre comunicação, os Estudos Culturais vêm sendo cada vez mais relacionados aos Estudos de Recepção e seus pontos de contato têm-se mostrado positivos e produtivos.

Chegamos nas proposições teóricas com as quais os Estudos de Recepção Latino-americanos mais se identificam também num movimento artificial. Assim como os próprios estudos empíricos foram encontrar sua correspondência teórica em Jesús Martín-Barbero quando já encontravam-se em estágio relativamente desenvolvido, não há uma passagem direta que ligue a leitura dos Estudos Culturais na América Latina com a produção, pelo menos inicial, dos Estudos de Recepção. Identificamos, na verdade, um encontro entre uma forma de pensar e encarar as relações entre cultura, sociedade e meios de comunicação das duas linhas de pesquisa. Finalmente com Martín-Barbero, mas ainda sem uma forte presença dos Estudos Culturais Britânicos, os Estudos de Recepção passam a contar se não com um referencial teórico, pelo menos com um esforço teórico de análise de diversas proposições que povoavam o imaginário dos pesquisadores latino-americanos e com o esboço de questões que se tornariam fundamentais no desenvolver dos Estudos de Recepção.

Dentre as questões que derivam da análise da relação entre audiência e meios de comunicação está a questão do Espaço Público. Demos nosso quarto passo de maneira diversa dos três anteriores, focando a discussão em um tema que surge nos anos recentes dentre as preocupações dos Estudos de Recepção e não mais em um texto que consolide as proposições teóricas de determinada linha. Resgatamos a gênese (ou as gêneses) de um conceito no intuito esclarecer algumas das dúvidas que surgem no tratamento da questão em uma área disciplinar distinta daquela em que se originou o debate.

Sem dúvidas, a discussão teórica relacionada aos Estudos de Recepção, ou mais especificamente, as proposições de Martín-Barbero podem ser acessadas por outros caminhos. Em vez de analisadas em sua gênese sócio-histórica, as propostas e concepções das diferentes escolas poderiam ser confrontadas diretamente, como faz Ana Carolina Escosteguy, em doutorado defendido na ECA/USP em 2000, ao realizar uma cartografia dos estudos culturais

reconstituindo itinerários intelectuais significativos como o do britânico Stuart Hall e dos latino-americanos Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini. Poder-se-ia também, por exemplo, passando pelos mesmos autores que nós, buscar “o lugar da comunicação nos estudos sociológicos e o lugar da Sociologia nos estudos de comunicação por meio da proposta de construção de uma economia das trocas simbólicas indicada por Pierre Bourdieu”, como fez recentemente Liráucio Girardi Júnior, em tese de doutoramento apresentada no departamento de Sociologia da USP em 2003.

Outra possibilidade de exploração teórica das três linhas abordadas são seus pontos de contato no que tange à concepção global da estrutura e da dinâmica social. Os autores aqui analisados, apesar de suas diferenciações de origem, de tratamento do objeto e de proposições finais, compartilham uma mesma postura política, sendo considerados intelectuais de esquerda e encaram a sociedade sob a perspectiva do marxismo, abordando sempre um tempo presente, no qual se lembra o passado e ressoa o futuro: “um tempo que contém os muitos andamentos dos indivíduos, grupos e classes, movimentos sociais e partidos políticos, diversidades e desigualdades, contradições e rupturas, revoluções e contra-revoluções”, da forma como no marxismo “se revela a historicidade da sociedade moderna” (IANNI, 1989, p 27). Ligados fortemente à perspectiva histórica dos fenômenos sociais, os autores analisados concebem, como Marx, a história da sociedade burguesa como uma história de lutas sociais. Deste modo, faz-se possível percorrer a mesma trilha que percorremos, mas por outro meio de transporte: pela análise da leitura de Marx característica a cada uma das linhas de pensamento e sua correlação com o desenvolvimento do pensamento marxista no cenário acadêmico de esquerda. Por exemplo, a adoção das idéias de Antônio Gramsci, principalmente no tocante à utilização da noção de hegemonia, está na raiz de muitas das aproximações entre Williams e Martín-Barbero, assim como corresponde a um movimento maior de “desbloqueamento (...) da questão cultural e da dimensão de classe na cultura popular” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p 116) da concepção marxista estruturalista predominante. A variação das leituras da teoria marxista tem influência direta sobre o desenvolvimento dos estudos em Comunicação ligados à intelectualidade de esquerda. Como aponta Escosteguy analisando o cenário acadêmico latino-americano:

“O território latino-americano viveu um período sob o domínio de uma postura estruturalista, nos seus próprios termos. É bastante conhecida a influência da teoria da dependência cultural e a proposta de desmascaramento ideológico das mensagens dos *media*. Esta última principalmente viabilizada através da moda althusseriana vigente, sobretudo nos anos 70, na pesquisa em comunicação. Aí prevaleceu de forma incontestável e sem mediações a tese de determinações das estruturas macrossociais. (...) Uma análise dos meios de comunicação de massa centrada na ideologia, nos moldes propostos por Louis Althusser, não permitia abertura suficiente para abarcar aqueles espaços que escapam das malhas da dominação. Diante de uma perspectiva que desembocava invariavelmente em reprodução social a incorporação, sobretudo, do conceito de hegemonia de Antonio Gramsci permitiu vislumbrar um movimento mais dinâmico e complexo na sociedade, admitindo tanto a reprodução do sistema de dominação quanto à resistência a esse mesmo sistema. Em termos genéricos, esse argumento é válido para a vertente britânica (dos estudos culturais), assim como para a perspectiva latino americana” (ESCOSTEGUY, 2001, p. 78 - 91)

Além disso, outras disciplinas, que não necessariamente a Sociologia, também poderiam constituir a porta de acesso teórico aos Estudos de Recepção como a Semiologia, a Psicologia Social, os Estudos Literários, a Educação e, até mesmo, a Filosofia.

No âmbito da Sociologia do Conhecimento, que guiou o presente trabalho, buscamos compreender mais que o movimento das idéias, mas a relação entre o debate e o contexto sócio-histórico presentes na gênese de uma teoria e o contexto sócio-histórico de sua recepção.

Como não pertencentes ao tempo e ao espaço de onde se originam os pensamentos nos quais nos baseamos, temos que reavaliá-los constantemente, tanto no tocante às suas proposições originais, tentando compreender quais as preocupações que afligiam seus autores no momento da elaboração das teorias, quanto na adequação dessas teorias a um cenário no mínimo distinto. Sendo

francos e claros: não somos alemães e nem ingleses⁶⁷. Assim como os ingleses não são alemães e nem os alemães franceses. Isso não significa que devemos abandonar toda e qualquer produção de conhecimento científico realizada fora da nossa circunscrição geográfica ou temporal. Além de conter um radicalismo pouco profícuo, uma proposta como essa é desconhecadora das próprias raízes do conhecimento científico latino-americano ou da própria constituição histórica dos países latino-americanos enquanto nações ocidentais. Como aponta Roberto Schwarz, já citado no início deste trabalho, com relação à cultura européia, “somos diferentes, porém não alheios”. Não podemos ignorar a norma externa que corresponde à formação clássica da civilização burguesa nos países centrais, da qual, se não “discrepamos no essencial, flagrantemente infringimos a todo momento, embora sejamos uma invenção moderna do capital comercial que nos inventou” (ARANTES, 1991, p. 151. apud: CEVASCO, 1997, p. 70).

Em vários campos de atuação, não somente no tocante à ciência, estamos constantemente a utilizar idéias “importadas”:

“Ao longo de sua reprodução social, incansavelmente o Brasil põe e repõe idéias européias, sempre em sentido impróprio. É nesta qualidade que elas serão matéria e problema para a literatura. O escritor pode não saber disso, nem precisa, para usá-las. Mas só alcança uma ressonância profunda e afinada caso lhes sinta, registre e desdobre – ou evite – o descentramento e a desafinação” (SCHWARZ, 1992).

⁶⁷ Além das influências históricas, econômicas, culturais ou do próprio debate científico em que o pensamento se desenvolve, a própria linguagem, como vimos com Raymond Williams, conforma as possibilidades do pensar. Sendo assim, não é só a distância do cenário sócio-histórico em que se desenvolve uma teoria que complexifica sua compreensão, mas também uma certa barreira lingüística intransponível a partir somente de uma primeira leitura. “A mesma palavra”, como escreveu Mannheim, “ou na maioria dos casos o mesmo conceito, significa coisas muito diferentes quando usados por pessoas diferentemente situadas” (Mannheim, 1968, p. 294). Utilizando como exemplo uma questão cara à argumentação desenvolvida nesta dissertação, confrontamos a noção de cultura dentro do pensamento alemão com a noção de cultura na língua inglesa. Para os primeiros, o sentido de *Kultur* carrega muito do significado da palavra introduzida na língua germânica a partir do século XVIII, simbolizando todos os aspectos espirituais de uma comunidade, enquanto a palavra francesa *Civilizacion* referia-se principalmente às realizações materiais de um povo. No inglês, *Culture* carrega significado distinto e mais abrangente para todas as possibilidades de realização humana, marcando também o caráter de aprendizado da cultura em oposição à idéia de aquisição inata. O acesso à discussão em torno da cultura em língua alemã se mostra complexo desde o início, por sua vinculação a uma noção para a qual não encontramos correspondentes diretos em português, tampouco explicações sucintas, como a noção de “espírito” (tal qual aparece, por exemplo, em “A ética protestante e o espírito do Capitalismo” de Max Weber). Ver: WILLIAMS, Raymond. *Keywords*. New York: Oxford UP, 1983

A ciência praticada nos trópicos não difere, no sentido colocado por Schwarz, da literatura e sua origem é de fato européia, tanto no que diz respeito às origens das bases teóricas que fundamentam nosso debate local, quanto à origem mesmo das nossas instituições acadêmicas e dos primeiros docentes responsáveis pela organização institucional de nossas Universidades, como pela definição das primeiras preocupações científicas e dos primeiros métodos de investigação por aqui aplicados num contexto científico tal qual reconhecido na Europa. De fato, concordamos com o diagnóstico de Roberto Schwarz e Maria Elisa Cevasco sobre o nosso “torcicolo cultural”, que nos leva sempre a olhar para fora – se não para a Europa para a América Anglo-saxã – em busca de esquemas explicativos ou, às vezes, “simplesmente ofuscações, alegremente consumidas por serem adotadas no famoso Primeiro Mundo”. Mas como Cevasco mesma coloca, de pouco adianta só reclamar:

“É quase desnecessário recolocar hoje, em plena época do capitalismo e de suas comunicações em escala mundial, quando se conversa (...) com o mundo todo via Internet, que postular uma hipotética cultura ‘nacional’, isenta de influxos externos, é rematada besteira. Também o é abraçar o último grito e deixar de lado a contextualização das idéias que importamos. Traduzindo essa percepção em providências podemos dizer que vale a pena tentar responder a algumas questões simples: Qual a filiação da moda teórica que se importa? Em seu ponto de origem, ela ajuda a explicar os fatos da cultura ou apenas recobre de jargão? Em que medida essa teoria que se quer transladar pode se entroncar com uma tradição de pensamento que nos ajude a entender nossa realidade sociocultural, que é, em última análise, o que nos interessa explicar?” (CEVASCO, 1997, p. 70).

Esse foi esse o espírito que nos guiou durante o desenrolar desta dissertação. Diante das especificidades do fazer científico na periferia do capitalismo, sabendo que “teorias aqui só aportam”, mais do que lamentar o fato, “cumpre fazer uso produtivo de nossa condição de *desterrados na nossa*

*própria terra*⁶⁸, como apontou Sérgio Buarque, “e enfrentar criticamente a parte que nos toca na divisão internacional do trabalho, inclusive do teórico” (CEVASCO, 1995, p. 292).

Se de um lado a “importação de idéias” faz com que elas percam poder explicativo ao se defrontar com a nossa realidade distinta, por outro, podemos encarar o descolamento entre a origem das explicações e a natureza dos fatos a serem explicados como uma posição vantajosa dentro do cenário acadêmico internacional. “A Sociologia do Conhecimento busca ultrapassar a ‘discussão sem reconhecimento’ dos vários antagonistas, assumindo, como seu tema explícito de investigação, a descoberta das origens dos desentendimentos parciais que nunca seriam percebidos pelos disputantes, por sua preocupação com o assunto imediato do debate.” (MANNHEIM, 1968, p. 302). Para realizar esse tipo de confronto, a localização periférica no que tange ao processo de produção do conhecimento científico se mostra vantajosa. Temos do nosso lado a facilidade de esclarecer logo de entrada que a adoção deste ou daquele referencial teórico decorre de uma escolha, seja ela consciente ou não, ou historicamente determinada ou decorrente de um ato voluntário. Nosso modo de construir o pensamento científico não se apresenta atrelado a uma tradição secular que de tão enraizada já se confunde com o modo de pensar em si mesmo e que, por vezes, ofusca o objeto social com a imposição de uma a lógica científica por si só:

“Porque não se deve negar que o transplante dos métodos da Ciência Natural para as Ciências Sociais conduz gradativamente a uma situação em que não se indaga mais o que se gostaria de saber e o que seria de importância decisiva para o próximo passo do desenvolvimento social, mas em que apenas se tenta lidar com complexos de fatos que são mensuráveis, de acordo com um certo método já existente.” (MANNHEIM, 1968, p. 77)

⁶⁸ A expressão de Sérgio Buarque: “Trazendo de países distantes nossas formas de vida, nossas instituições e nossa visão do mundo e timbrando em manter tudo isso em ambiente muitas vezes desfavorável e hostil, somos uns desterrados em nossa terra” (Raízes do Brasil, Rio de Janeiro: José Olympio, 1956, p 15) é retomada por Roberto Schwarz, Ao vencedor as Batatas, São Paulo: Duas Cidades, 1992, p14

Mais do que mostrar que as teorias são relativas, ao realizar um exercício de adaptação inerente ao ato de sua “importação”, o papel fundamental do investigador situado na periferia do sistema de produção internacional de conhecimento científico está, além da possibilidade de ampliar o leque de temas e preocupações dessas teorias, no seu poder de questioná-las.

“Novas formas de conhecimento surgem, em última análise, das condições de vida coletiva e não dependem, para sua emergência, da demonstração anterior de sua possibilidade por uma teoria do conhecimento; elas não necessitam, portanto, de ser primeiro legitimadas por uma Epistemologia. A relação é, na realidade, a inversa: o desenvolvimento das teorias de conhecimento científico nasce da preocupação com os dados empíricos e a sorte das primeiras varia com a dos últimos. As revoluções na Metodologia e na Epistemologia são sempre conseqüências e repercussões das revoluções nos procedimentos empíricos imediatos para se adquirir conhecimento” (Mannheim, 1968, p. 309 – 310)

É dessa forma que encaramos os Estudos de Recepção dos meios de comunicação de massa praticados na América Latina: como produtores de conhecimento sobre condições de vida coletiva que antes não se mostravam diretamente acessíveis pelo referencial teórico disponível. “Não se deve permitir”, escreve ainda Mannheim, “que a luz lançada, pelo novo conhecimento fatural, sobre o fundamento teórico seja obscurecida por possíveis obstáculos ao pensamento derivados da teoria” (MANNHEIM, 1968, p. 310). Para completar o ciclo da produção de conhecimento científico, deve-se realizar o caminho inverso do proposto nesta dissertação. No lugar de tentar chegar aos Estudos de Recepção pela teoria, são os resultados das pesquisas de caráter empírico que, reunidos e sistematizados, nos devem guiar na construção de novos modos de pensar e abordar a questão da comunicação de massa a partir da recepção. A grande contribuição dos Estudos de Recepção está, portanto, na possibilidade que nos dão de lançar nova luz sobre nossos princípios teóricos.

Bibliografia:

- ADORNO, Theodor W., Einleitung in die Musiksoziologie. Frankfurt: Suhrkamp, 1962.
- _____, Ohne Leitbid – Parva Aesthetica, Suhrkamp, Frankfurt and Main, 1967.
- _____, “Televisão, Consciência e Indústria Cultural”, In: G. Cohn (org.) Comunicação e Indústria Cultural, Companhia Editora Nacional, São Paulo, 1971.
- _____, “Notas Marginais sobre Teoria e Praxis”, In: Palavras e Sinais, ed. Vozes, São Paulo, 1995a.
- _____, Educação e Emancipação, Editora Paz e Terra, Rio de Janeiro 1995b.
- ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. Philosophic Fragmente. New York: Social Studies Association, 1944
- _____, Sociologische Exkurse, Frankfurt: Europäische Verlagsanstalt, 1956
- _____, Dialética do Esclarecimento. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores. 1985
- ALMEIDA, Jorge. Mídia, Opinião Pública Ativa e Esfera Pública democrática. São Paulo: ALAIC, 1999
- ALTHUSSER, Louis. Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado. Lisboa, Editorial Presença, 1980.
- ANDRADE, Mário de. Aspectos das artes plásticas no Brasil. Belo Horizonte: Itatiaia, 1984. (Obras completas de Mário de Andrade, 12). [Texto escrito originalmente em 1928 e publicado no livro O Aleijadinho e Álvares de Azevedo. Rio de Janeiro: R. A. Editora, 1935.].
- ARENDT, Hanna. A condição humana. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 1981
- _____, Origens do totalitarismo. São Paulo: Companhia das Letras. 1997
- BALTAZAR, Andréa. “Cultura camponesa e televisão: a visão de si e a imagem do outro pela telenovela brasileira”. Tese (Doutorado). São Paulo: FFLCH/USP, 2003.
- BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e Simulação. Lisboa: Relógio d'Água, 1991
- BENJAMIN, Walter. Obras Escolhidas I, Magia e Técnica. Arte e Política. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1993.
- BERGER, René. Tele-fissão, alerta à televisão. São Paulo: Edições Loyola, 1976
- _____, La mutation des signes. Paris: Editions Denoël, 1972
- BORELLI, Sílvia; PRIOLLI, Gabriel (coords.) A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência, São Paulo: Summus, 2000
- BORELLI, Sílvia Helena Simões. Telenovelas Brasileiras, balanços e perspectivas. In: São Paulo em Perspectiva, São Paulo, Scielo, vol.15, n.3, 2001.

BOSI, Ecléa. Cultura de massa e cultura popular: Leituras de operárias. Petrópolis: Vozes, 1972

BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____, O Poder Simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. "Participar–pesquisar", IN: BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org.) Repensando a Pesquisa Participante, São Paulo: Brasiliense, 1999.

BUCCI, Eugênio. "Televisão objeto: a crítica e suas questões de método". Tese (Doutorado). São Paulo: ECA/USP, 2002.

CAMARGO, Nelly de. "A TV e o quadro de referência sócio-cultural: o público dos telepostos de São Luís do Maranhão". Tese (Doutorado). São Paulo: ECA/USP, 1972.

CANCLINI, Néstor García (org.). El Consumo Cultural en México. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. 1993.

_____, Culturas Híbridas. São Paulo: UNESP, 1997.

_____, Consumidores e Cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999 (1ª ed 1995)

CARDOSO, Onésimo de Oliveira. "Os paradigmas da comunicação: a transgressão epistemológica". Artigo publicado no site Encipecom da Universidade Metodista. (http://www2.metodista.br/unesco/Encipecom/encipecom_hp/Encipecom_br_OnesimoDeOliveira.htm – Acessado em 05/2004)

CARLSSON, Ulla e FEILITZEN, Cecília von (orgs). As crianças e a violência na mídia. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 1999.

CEVASCO, Maria Elisa. "Viagens Teóricas", in: Limites: Anais, 3º Congresso ABRALIC (3:1992: Niterói, RJ). Niterói: ABRALIC, 1995.

_____, "A recepção dos *Cultural studies* no Brasil", in: Cultura Vozes, São Paulo, nº 2, ano 91, março/abril de 1997.

_____, Para Ler Raymond Williams. São Paulo: Paz e Terra, 2001

_____, Dez Lições sobre Estudos Culturais. São Paulo: Boitempo, 2003.

COHN, Gabriel (org.). Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1971.

_____, Sociologia da Comunicação: Teoria e Ideologia. São Paulo: Pioneira, 1973 (Dissertação de mestrado apresentada na FFLCH/USP em 1971)

_____, (org.). Theodor Adorno. São Paulo, Ática, 1986.

COSTA, Sérgio. "Democracia e dinâmica da esfera pública". In: Revista Lua Nova, nº 36, pp 55-65, São Paulo, 1995.

_____, "As cores de Ercília: esfera pública, democracia e configurações pós-nacionais". Belo Horizonte: Humanitas, 2002.

- CRESCO, Isabel Merlo. "Bibliotecas Digitais e Esfera Pública". Anais do II Ciberética, Florianópolis, 2003 (acessado em 09/04 - <http://www.ciberetica.org.br/anais.php>)
- CURRAN, James; MORLEY, David; & WALKERDINE, Valerie. *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Barcelona: Paidós, 1998
- DA VIÁ, Sarah Chucid. *Televisão e consciência de classe*. Petrópolis: Vozes, 1977.
- DEMO, Pedro. "Elementos metodológicos da pesquisa participante", IN: Repensando a Pesquisa Participante / BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org.) – São Paulo: Brasiliense, 1999.
- DURING, Simon (Ed.) *The Cultural Studies Reader*, 4ª, London: Routledge, 1997
- EAGLETON, Terry. *Marxism and literary criticism*. Berkeley: University of California Press, 1976
- ECO, Humberto. *Apocalitici e Integrati*. Milão, Bompiani, 1965.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina "A pesquisa do popular na comunicação: Uma análise metodológica". Dissertação (mestrado), ECA/USP, São Paulo, 1993.
- _____, *Cartografia dos Estudos Culturais: uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2001
- _____, "Os Estudos Culturais e a problemática da recepção: a categoria gênero em debate", Projeto de investigação financiado do CNPq/FAPERGS, 2001/2003
- FADUL, Anamaria. "Telenovela e família no Brasil". XXII Congresso Intercom. Comunicação apresentada no GT Ficção Televisiva Seriada, Rio de Janeiro: RJ; 1999.
- FARO, J.S., "O Papel da INTERCON na consolidação e legitimidade da pesquisa em comunicação no Brasil", in: Mello, J. Marques de (org) *Cominicação Latinoamericana: Desafios de la Investigación para el Siglo XXI*. São Paulo: ALAIC/ECA, 1992
- FÍGARO, Roseli. "Estudo de Recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação". Dissertação (Mestrado). ECA/USP, São Paulo, 1999.
- FREIRE, Paulo. "Criando Métodos de Pesquisa Alternativa", IN: BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org.) *Pesquisa Participante* – São Paulo: Brasiliense, 1984.
- FUENZALIDA, V. *Televisión y Cultura Cotidiana*. Santiago de Chile: CPU. 1997.
- _____, *Televisión Abierta y Audiencia en América Latina*. Editorial Norma. Buenos Aires. 2002.
- FUENZALIDA, Valerio y HERMOSILLA, M. Elena: "¿Qué ve la gente en las telenovelas?", Revista Estudios Sociales, nº 68, Santiago, 1991.
- GIRARDI JÚNIOR, Liráucio. "A sociologia de Pierre Bourdieu e o campo da comunicação". Tese (Doutorado). FFLCH/USP, São Paulo, 2003.
- GLASER, André Luiz. "Raymond Williams x Richard Hoggart: Para uma nova definição de cultura". Dissertação (Mestrado). FFLCH/USP, São Paulo, 2003

GOLDEFEDER, Miriam. Por trás das ondas da Rádio Nacional. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1980.

GOMES, Itania. "A interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media", Tese (Doutorado). Facom/UFBA, Salvador, 2000.

_____, "Efeito e recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media" in GOMES e SOUZA (orgs.) Media e cultura, Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas/UFBA, Salvador, 2003.

GOMES, Laura Graziela Figueiredo Fernandes. "Televisão e Cultura da Harmonia na Sociedade Brasileira". Tese (Doutorado). FFLCH/USP, São Paulo, 1997.

GOMES, Wilson. "Esfera pública política e media. Com Habermas, contra Habermas". Anais do VI Encontro anual da COMPÓS, Unisinos, 1997.

_____, "Esfera pública política e media – II". Anais do VII Encontro anual da COMPÓS, São Paulo, maio de 1998.

GRAMSCI, Antônio. Os Intelectuais e a Organização da Cultura. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1984.

HABERMAS, Jürgen. Theory and practice. London: Heineman, 1974.

_____, Mudança estrutural da esfera pública. Rio de Janeiro: Biblioteca Tempo Universitário. 1984

_____, Consciência moral e agir comunicativo. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

_____, Direito e democracia: entre facticidade e validade, II. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997

HALL, Stuart. "*Encoding/decoding in television discourse*". In HALL, Stuart et al. (eds.). Culture, media, language. London: Hutchinson, 1981.

_____, *Cultural Studies and its Theoretical Legacies*, in: MORLEY, D. e CHEN, Kuan-Hsing (orgs.). Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies. London: Routledge, 1996.

HAMBURGER, Esther. *Diluído fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano*. In: História da vida privada no Brasil. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

HERMOSILLA M. E. Explorando la Recepción televisiva. Santiago de Chile: CENECA-CENCOSEP, 1987.

HOGGART, Richard. The Uses of Literacy. London: Penguin Books, 1992 (ed. original: *The Uses of Literacy. Aspects of working-class life, with special reference to publications and entertainments*, London: Chatto and Windus, 1957)

IANNI, Octavio. "A Sociologia e o Mundo Moderno". In: Tempo Social; Rev. Sociol. USP, São Paulo, 1(1): 7-27, 1.sem. 1989.

Inwood, Michael. Dicionário de Hegel. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editores. 1997

JACKS, Nilda A. "A recepção na querência: estudo de audiência e da identidade cultural gaúcha como mediação simbólica". Tese (Doutorado), ECA-USP, São Paulo, 1993.

_____, "Tempo e Espaço e Recepção", In O indivíduo e as mídias. Rio de Janeiro: Diadorim Editora, 1996.

_____, "A pesquisa de recepção no Brasil: em busca da influência latino-americana" in Lopes, Maria Immacolata (org.) Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil - Avaliação e perspectivas. São Paulo: Intercom/Unisantia, 1999.

_____, "O campo da recepção e a produção brasileira na década de 1990". Projeto de investigação financiado CNPq, 2003/2005.

_____, "Estudos brasileiros de recepção: a produção acadêmica da década de 90", in Boletim ALAIC, nº 20, São Paulo, 2004.

LARA, Jaime. "Cristo-Helios americano: La inculturación del culto al sol en el arte y arquitectura de los virreinos de la Nueva España y del Perú". Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas, nº 74-75, 1999.

LAZERSFELD P.F. e M. Orris Rosenberg (orgs). The language of social Research, Glencoe: Free Press, 1995.

LAZERSFELD, P. F., B. Berelson e Hazel Gaudet, The people's choice, Columbia University Press, 2. ed, 1948.

LEAL, Ondina Fachel. A Leitura Social da Novela das Oito. Petrópolis: Vozes, 1986. (Escrito a partir de A novela das Oito, dissertação de mestrado em antropologia apresentada na UFRS em 1983)

LEAL, Ondina Fachel. "Etnografia da audiência: uma discussão metodológica", in: Sujeito, o lado oculto do receptor, Mauro Wilton de Sousa (org). São Paulo: Brasiliense, 1995

LOPES, Maria Immacolata V. de "Estratégias metodológicas de pesquisa de recepção". In: Revista Brasileira de Comunicação - Intercom. São Paulo, vol. XVI, n. 2, jul/dez. 1993.

_____, "*Reflexiones metodológicas sobre la investigación de recepción*". In: Investigar la Comunicación, propuestas ibero-americanas. Guadalajara, Universidad de Guadalajara / ALAIC, 1994

_____, Pesquisa em Comunicação. 7ªed. São Paulo: Loyola, 2003.

MALDONADO, Alberto Efendy G. de La Torre, "Pesquisa teórica em Comunicação na América Latina – Estudo de três casos relevantes: Verón, Mattelart e Martín-Barbero". Tese (Doutorado). ECA/USP, São Paulo, 1999.

MANNHEIM, Karl. Ideologia e Utopia. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1968.

_____, "O Problema de uma Sociologia do Conhecimento". In: BERTELLI, A. *et al.* Sociologia do Conhecimento. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1974

MARCONDES FILHO, C. Telenovela y a lógica do capital. Quem manipula quem? Petrópolis: Vozes, 1986.

MARÍAS, Julian. "A origem renascentista da América hispânica". In: Seminário de Tropicologia: questões da atualidade brasileira, 1981, Recife: Fundaj, Massangana, 1986.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicación masiva: discurso y poder. Quito: Editora Época, 1978.

_____, "La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana" . In: Diálogos de la Comunicación, nº 17, Lima, 1987.

_____, . Processos de comunicacion y matrices de cultura / Itnerários para salir de la razón dualista. México: Gustavo Gilli S.A., 1988.

_____, "De los medios a las prácticas". In: Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, n. 1, México: Universidad Iberoamericana, 1990.

_____, "América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social". In: Sousa, Mauro Wilton de, Sujeito: o lado oculto da recepção. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995.

_____, Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro, UFRJ, 2001 (1ª edição castelhana de 1987; ed. em inglês: Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations. London: Sage, 1993).

MARTÍN-BARBERO, Jesús e MUÑOZ, Sonia (coord.). Televisión y melodrama. Bogotá: Tercer Mundo Ed., 1992.

MARTÍN BARBERO, Jesús y Rey, G. Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona: Editorial Gedisa, 1999.

MARTÍN-BARBERO, Jesús e TELLEZ, Maria Patrícia. "Investigación de los públicos en Colombia", in Boletim ALAIC, nº 20, São Paulo, 2004

MATOS, Olgária. A Escola de Frankfurt – Luzes e sombras do iluminismo. São Paulo: Ed. Moderna. 3ª ed, 1993.

MATTELART, Michelle y MATTELART, Armand. O carnaval de imagens . São Paulo: Brasiliense, 1989.

MATTELART, Armand e NEVEU, Erik. "La institucionalización de los estudios de la comunicación. Historias de los Cultural Studies", in: Innovatec-Innovarium Inteligencia del Entorno, Número 62, Venezuela, 2000.
<<http://www.innovarium.com/http://www.innovarium.com/>> - acessado em 06/04

MELO, José Marques de (org), Cominicação Latinoamericana: Desafios de la Investigación para el Siglo XXI. São Paulo: ALAIC/ECA, 1992

_____, "A constituição da comunidade acadêmica brasileira no campo das ciências da comunicação", Lopes, Maria Immacolata (org.) Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil - Avaliação e perspectivas. São Paulo: Intercom/Unisant, 1999.

_____, História de pensamento comunicacional: cenários e personagens. São Paulo: Paulus, 2003.

MERTON, Robert K. E LASARFELD, Paul F. "Comunicação de Massa, Gosto Popular e a Organização da Ação Social", in Teoria da Cultura de Massas, Org. Luiz Costa Lima, Rio de Janeiro: editora Saga, 1969.

MICELI, Sergio. A Noite da Madrinha. Editora Perspectiva. São Paulo, 1982, 2ª ed. (Dissertação de mestrado apresentada na FFLCH-USP, em 1971).

MICELI, Sonia Pessoa de Barros. "Imitação da vida: pesquisa exploratória sobre a telenovela no Brasil". Dissertação (Mestrado), FFLCH/USP, São Paulo, 1974

MILANESI, Luiz Augusto. O paraíso via Embratel. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

MIRANDA, Orlando. Tio Patinhas e os mitos da comunicação. São Paulo, Summus, 1976. (Dissertação de mestrado apresentada na FFLCH-USP, em 1975)

NAVARRO, Raul Fuentes. "Un texto cargado de futuro: aproximaciones y proyecciones de De los medios a las mediaciones en America Latina", in Mapas nocturnos / Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, 1998

_____, "*La produccion social de sentido sobre la produccion social de sentido: hacia la construccion de un marco epistemológico para los estudios de la comunicacion*", in: Epistemologia da Comunicação, LOPES, Maria Immacolada V. de (org). São Paulo: Edições Loyola, 2003.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. "La mediacion en juego. Television, cultura y audiencias" In: *Comunicacion y Sociedad*, n. 10-11, Centro de Estudos de la informacion y de la comunicacion, Universidad de Guadalajara, 1991.

_____, "Televidencia, Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva". In: Cadernos de comunicação e práticas sociais n° 6. UIA, México, 1994.

_____, Al rescate de los medios, desafío democrático de los comunicadores, UIA, México, 1994 b.

_____, Televisión y Audiencia. Un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones de la Torre (Universidad Iberoamericana), 1996.

_____, Recepción y mediaciones: casos de investigación en América Latina. Buenos Aires: Norma, 2003.

ORTIZ, Renato. Mundialização e Cultura, São Paulo, Brasiliense, 2000.

PETERS, John Durham. "The Subtsety of Horkheimer and Adorno: Reading 'The Custuras Industry'", In: KATZ, Elihu (et al.). Canonic Texts in Media Research: Are there any? Should there be? How about these? Cambridge: Polity Press, 2003a

_____, "*Retroactive Enrichment: Raymond Williams's Culture and Society*", In: KATZ, Elihu (et al.). Canonic Texts in Media Research: Are there any? Should there be? How about these? Cambridge: Polity Press, 2003b

PFORMM NETTO, Samuel. Comunicação de massa; natureza, modelos, imagens: contribuição para o estudo da psicologia da comunicação de massa. São Paulo, Editora Pioneira, 1972.

POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. Teorias da comunicação - O pensamento e a prática da Comunicação Social. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

PRADO, Rosane Manhães. "Mulher de Novela e Mulher de Verdade: Estudo sobre Cidade Pequena, Mulher e Telenovela". Dissertação (Mestrado), Antropologia Social – UFRJ, Rio de Janeiro, 1987.

RASCO, J. F. A. "From communicative action toward a democratic society". In: Interface - Comunicação, Saúde, Educação, v. 2, n.3, 1998

ROCCO, Maria Teresa Fraga. A Linguagem Autoritária. São Paulo: Editora Brasiliense, 1989.

ROSSINI, Veneza M. "O que acontece aqui e lá no fim do mundo", In O indivíduo e as Mídias, Rio de Janeiro: Diadorim Editora, 1996.

_____, Entre a capela e a caixa de abelhas. Porto Alegre: Ed. PUC-RS, 2004.

ROUANET, Sergio Paulo. "A Gramática do Homicídio", IN: Foucault/outros. O Homem e o discurso. Rio de Janeiro: Ed. Tempo Brasileiro, 1996

SARQUES, Jane, Ideologia sexual dos gigantes, Dissertação (Mestrado), Brasília: UNB, 1981

SCHWARZ, Roberto, Ao Vencedor as batatas, São Paulo: Duas Cidades, 1992.

_____, "Um seminário de Marx", Caderno Mais, *Folha de S. Paulo*, 8 de outubro de 1995.

SHILS, E.. "Mass Society and Its Culture", in Norma Jacobs (org), Culture for the Millions . Boston: Beacom Press, 1964.

SIGNATES, Luiz. "Estudos sobre o conceito de mediação", in: Revista Novos Olhares, nº 2, São Paulo - ECA/USP, 1998

_____, "Do receptor ao sujeito público – sugestões para algumas superações conceituais", Intercom, São Paulo, 1999 (acessado em 09/04 - <http://www.intercom.org.br/papers/1999/gt16/16s04.PDF>)

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Muito além do Jardim Botânico – São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, Magno Luiz Medeiros da. "Televisão Invisível: o receptor e o olhar simbólico". Dissertação (Mestrado), ECA/USP, São Paulo, 1991

SOUSA, Mauro Wilton de. Rosa púrpura de cada dia: trajetória de vida e cotidiano urbano-industrial. Tese (Doutorado). ECA-USP, São Paulo 1986.

_____, "Recepção e comunicação: a busca do sujeito" in SOUSA, Mauro Wilton de (org.) *Sujeito, o lado oculto do receptor*, São Paulo, Brasiliense, 1995.

_____, "Novos olhares sobre práticas de recepção em comunicação" in Lopes, Maria Immacolata (org.) *Temas contemporâneos em comunicação*, São Paulo, Edicon/Intercom, 277-289. 1997

SOUSA, Mauro Wilton de "A recepção sendo reinterpretada". In *Revista Novos Olhares*, n 1, São Paulo, ECA/USP, 1998

_____, "Práticas de recepção mediática como práticas de pertencimento público". In *Revista Novos Olhares*, n 3, São Paulo, ECA/USP, 1999.

_____. (org), *O lugar social da comunicação mediática*. São Paulo. 2001.

SOUZA, Milton Soares. *Papel Social do Vilão: leituras e usos sociais do vilão no cotidiano de receptores de telenovela*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: ECA/USP, 1996.

SPARKS, Colin. "Stuart Hall, cultural studies and marxism" in MORLEY, David & CHEN, Kuan-Hsing (orgs.) *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies*, London-New York: Routledge, 1996, 71 –101;

SUNKEL, Guillermo (org). *El Consumo Cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello, 1999.

THIOLLENT, Michel. *Metodologia da Pesquisa-Ação* – 5º ed. - São Paulo: Cortez, 1992.

THOMPSON, Edward. *The Making of the English Working Class*, Harmondsworth: Penguin, 1963

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2002

TOCQUEVILLE, Alexis. *A Democracia na América*. São Paulo: Edusp, 1987.

TOURAINÉ, Alain. *Sociologie de l'action* – Paris: Éditions du Seuil, 1965.

_____, "O Método da Sociologia da Ação: A Intervenção Sociológica". In: *Novos Estudos*. Cebrap, 1 (3), Julho, 1982.

WILLIAMS, Raymond. *The Long Revolution*. London: Chatto and Windus, 1961

_____, *Keywords*, Rev. Ed. New York: Oxford UP, 1983, (ed. original: *Keywords*, London: Fontana, 1976)

_____, "Culture is Ordinary", in: WILLIAMS, Raymond, *Resources of Hope*. Ed. Robin Gable. London, Verso, 1989 (publicado originalmente em MACKENZIE, N. (org.), *Conviction*, London, 1958)

_____, *Culture and Society*. Londres: The Hogarth Press, 1992 (ed. original: *Culture and Society, 1780-1950*. London: The Hogarth Press, 1958; ed. brasileira: *Cultura e Sociedade: 1780-1950*. Trad. Leonidas H. B. Hegenberg. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969)

_____, *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992b.

WILSON, Bárbara; KUNKKEL, Dale; LINZ, Dan; PORTTER, James e GRAY, T. E.; *Violence in Television programming overall: University os Califórnia, Santa Bárbara Study. National Television Study* (V 1), Newbury Park: Sage, 1997.

WRIGHT MILLS, C.; *The Power Elite*, Nova Iorque, Oxford Universty Press, 1959.

Anexo

Apresentamos aqui levantamento preliminar dos estudos acadêmicos realizados no Brasil entre os anos de 1991 e 2003 que de alguma forma abordam a questão da recepção dos meios de comunicação de massa. Utilizamos tanto os dados apurados quanto a metodologia propostos por Nilda Jacks em levantamento publicado no Boletim da ALAIC nº 20, de dezembro de 2004. Nele, a pesquisadora reúne resumos de dissertações e teses concluídas durante a década de 1990 que apresentam em seu texto ou nas palavras-chave termos relativos aos Estudos de Recepção. Da mesma forma, realizamos pesquisa no Banco de Teses da CAPES e somamos ao levantamento já publicado os resumos dos trabalhos referentes aos anos mais recentes e outros da década de 1990 não contemplados originalmente. O levantamento original contempla 52 estudos, a listagem atualizada traz 150. Os resumos por nós acrescentados ao levantamento original estão sinalizados com um asterisco (*). Por motivos de espaço, reduzimos a maioria dos resumos, mas procuramos evidenciar qual a linha de pesquisa que guia o trabalho apresentado. Segue, então, o texto de introdução do levantamento publicado e a listagem por nós ampliada.

“Estudos brasileiros de recepção: a produção acadêmica da década de 90”

O recente desenvolvimento dos estudos de recepção no Brasil está muito vinculado ao cenário latino-americano, que em meados da década de 1980 trouxe para o debate as preocupações que circulavam entre parte dos pesquisadores norte-americanos e europeus. Frente à maturidade do campo regional, adquirida em anos de esforços para entender os fenômenos de comunicação configurados sob condições particulares, os influxos recebidos produziram resultados muito próprios, como já comentaram analistas locais e forâneos (Veléz, 1992; Melo, 1992; Lopes, 1993; Tufte, 1996; Schlesinger, 1997; Martín- Barbero, 1999).

A produção brasileira ainda está por ser analisada de forma mais sistemática e o levantamento sobre os estudos de recepção dos meios de comunicação realizados nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, apresentado aqui, faz parte desse propósito, que está em andamento. Trata-se da identificação do “estado da arte” deste campo de estudos, enfocando diversos aspectos como perspectivas teóricas e metodológicas, temáticas e objetos de estudo, técnicas de pesquisa, principais resultados obtidos, entre outros.

O esforço presente nessa publicação é para apresentar um panorama da produção acadêmica na década de 1990, através dos resumos divulgados pela CAPES (Stumpf e Capparelli, 1998 e 2001), os quais tornaram-se disponíveis a partir de 1992. Para cobrir os dois anos anteriores (1990 e 1991) foram utilizados levantamentos publicados pela Revista Brasileira de Estudos da Comunicação- Intercom (nº 62/63; nº 64; nº 65; Vol. XV/ nº1 e 2; Vol. XVI/ nº1 e 2; Vol. XVII/ nº1 e 2)- e consultados os acervos de comunicação da USP e PUCSP.

É necessário ressaltar que esta listagem está baseada unicamente nas palavras-chaves e nos resumos apresentados pelos autores/ Programas e que, portanto, trabalhos aqui incluídos podem não ser exatamente de recepção, embora indicados como tal, especialmente com o uso do termo "recepção" ou "audiência". Por outro lado, podem ter sido deixados de fora os que realmente tratem da questão, mas que não tenha sido claramente explicitada. Lembra-se que a listagem está restrita à produção realizada nos Programas de Pós -Graduação em Comunicação, reconhecendo que a produção fora da área é bastante relevante.

Como poderá ser percebido, fato já comentado em outro lugar (JACKS, 1996 e 1999), há Programas que apresentam um desenvolvimento maior desta perspectiva de pesquisa, o que está diretamente relacionado com as tradições teóricas a que se filiam e aos campos de estudos que se propõem a desenvolver, o que em geral é decorrência do tempo de existência destes Programas e dos Centros/ Institutos onde instalaram-se. Como exemplo, dos 52 trabalhos levantados 19 foram produzidos pela Escola de Comunicação e Artes/ USP, nove pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação/ IMES e somente quatro pelo Programa de Pós- Graduação em Comunicação/ UFRJ, Programas com tempo similar de existência. O restante foi desenvolvido nos demais Programas localizados em diferentes regiões do país.

A listagem a seguir apresenta-se por ordem alfabética e não por Programa ou ano de defesa. (*No presente texto, preferimos organizá-los em ordem cronológica)

Nilda Jacks

Porto Alegre, Verão de 2002

(*Atualizado por Celina Lerner em julho de 2005)

LEVANTAMENTO

1991 - SILVA, Magno Luiz Medeiros da. *A televisão invisível: o receptor e o olhar simbólico*. São Paulo, 1991. Dissertação de Mestrado em Comunicação - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. ---- Pesquisa que se propõe a identificar, descrever e analisar os elementos simbólicos da linguagem televisiva, e que se propõe a obter o ponto-de-vista do receptor de televisão, na maneira como ele simboliza/imagina/interpreta o que se passa na tela enquanto pesquisa de recepção. Através de uma análise entre o receptor e o olhar simbólico, busca-se entender que elementos das imagens televisivas despertam e estimulam o desejo do receptor de se transportar de seu tempo e espaço históricos para um tempo e espaço míticos. A tarefa de interpretação do discurso do receptor baseia-se na fenomenologia da imaginação, analisando-se as formas de simbolização e de interpretação operadas pelo receptor através de uma hermenêutica reveladora do universo simbólico.

1992 - COSTA, Mônica Pinto Rodrigues da. *Ler Sem Engasgar*. São Paulo, 1992. Dissertação de mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. ---- Esta dissertação estuda o leitor escolar. O resultado das discussões configura-se como o primeiro tipo de recepção que investigou a forma como as crianças lêem e decodificam o jornal a elas destinado. Leitura aqui é entendida do ponto de vista semiótico. O segundo tipo de recepção é uma pesquisa de opinião, elaborada pelo Instituto de Pesquisas Data folha, em 1991. As conclusões de ambos os tipos de recepção, o qualitativo e quantitativo, servem de parâmetro para se tentar compreender a decodificação do jornal pela criança. Os objetivos escolhidos para a observação e pesquisa foram os signos que o suplemento veicula: o texto, a fotografia e a ilustração, vistos sob a perspectiva do leitor e seus padrões de gosto e decodificação.

1992 - MIRANDA, Ivanise Leite de. *O Indivíduo Representativo: consciência sobre as relações entre valores individuais e consciência social*. São Paulo, 1992. Tese de doutorado; Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. ---- Nesta tese, faz-se algumas considerações a propósito da importância teórica e metodológica da categoria consciência; diretamente vinculada à linguagem, que constitui seu substrato real. A comunicação, a atividade trabalho e o conhecimento são estímulos para a formação e sua configuração. Estuda-se o movimento da consciência em dirigentes sindicais, como um esforço para estabelecer a relação entre consciência social e os valores individuais, em um processo de interação e de apropriação entre o indivíduo e a sociedade, sob a influência da cultura, conduzindo a uma inter-relação da recepção diferenciada das mensagens.

* **1992** – SILVA, José Maria. *Na periferia do sucesso: as condições de produção e significação da cultura musical brega*. 01/12/1992. Mestrado. Universidade de Brasília – Comunicação ---- A temática deste trabalho recai sobre o universo da cultura brega. Não obstante o sentido generalizador e negativo que esta nomeação

adquire no país, o estudo tem como ponto fundamental de partida os processos de produção e recepção da música brega na região norte (nos estados do Pará e Amapá), a qual percebe-se uma correspondência de positividade na sociabilidade das classes populares.

1993 - ALVES, Hiliana Reis de Arruda. *Álbum de Família: a trama das representações sociais de adolescentes abandonados*. São Paulo, 1993. Dissertação de mestrado; Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. --- Os processos de comunicação espelhados nas trocas efetuadas no cotidiano das relações sociais propiciam o surgimento, no imaginário das pessoas, de representações sociais que delineiam mediações entre o sujeito e a realidade. Esta dissertação busca penetrar neste mundo das representações, nas diferenças de postura frente à sociedade e ampliar a compreensão do próprio fenômeno de comunicação. Tem como propósito levantar os elementos simbólicos significativos, presentes na comunicação de um grupo de adolescentes marginalizados sócio-economicamente, no momento, sob a tutela da Fundação Estadual do Bem-estar do Menor (FEBEM/SP). Busca perceber como estes adolescentes organizam e significam as suas visões de mundo através do mapeamento de suas representações sociais.

1993 - AREU, Graciela Ines Presas. *O novo telespectador*. São Paulo, 1993. Dissertação de Mestrado em Comunicação - Escola de Comunicação e Arte. Universidade de São Paulo. --- A partir da irrupção de novas tecnologias que propõem outros usos para o televisor, este estudo analisa os hábitos de audiência num grupo de assinantes de televisão, em Curitiba. Sendo a televisão por assinatura a última novidade do mercado, estudar o comportamento dos usuários deste sistema nos permitirá avaliar como ficará a audiência desta televisão, "centro doméstico de lazer e entretenimento". Em síntese, o trabalho mostra que os entrevistados, geralmente, fazem bom uso das tecnologias relacionadas à televisão. Quanto à assinatura em si, ainda não podemos dizer que sua atual forma seja definitiva, pois esta existe há pouco tempo.

1993 - AUGUSTO, Cinara. *Quem tem Medo da Propaganda? Estudo da reação à propaganda através da manifestação espontânea do consumidor em Jornal de Santos*. São Paulo, 1993. Tese de doutorado; Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. ---- Através da manifestação espontânea de leitores de um jornal de Santos, apresenta-se um estudo sobre a reação do consumidor santista diante das mensagens publicitárias, tidas geralmente como irresistíveis. As diferentes reações, em intensidade e motivos, e as preocupações demonstradas pelos leitores, analisadas inclusive nas queixas e denúncias aos órgãos de defesa como CONAR e o CIDOC, apontam efeitos e situações específicas de reação à propaganda do ponto de vista do consumidor. Tais efeitos contrariam os que atribuem um caráter inevitavelmente passivo à recepção dessa comunicação e permitem entender preferências - especialmente, o que o consumidor não gosta em propaganda. A análise de como são recebidas as mensagens revela que ele não as teme. E, principalmente, que o consumidor assume contra a propaganda o papel de cidadão.

* **1993** - COSTA, Rosa Maria Cardoso Dalla. *A dimensão pedagógica do telejornal aqui agora*. 01/11/1993. Mestrado. Universidade federal do Paraná - Educação ---- Esta pesquisa faz uma análise da dimensão pedagógica da televisão através do estudo de recepção do telejornal aqui agora, junto aos trabalhadores de uma indústria a metalúrgica de Curitiba, a Volvo do Brasil. A análise foi fundamentada no aprofundamento de categorias teóricas como hegemonia, indústria cultural, e trabalho como princípio educativo do homem.

1993 - JACKS, Nilda. *A Recepção na Querência: estudo da audiência e da identidade cultural gaúcha como mediação simbólica*. São Paulo, 1993. Tese de doutorado. Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. (Publicado) ---- O estudo articula em uma pesquisa de recepção dois eixos teóricos: as relações entre cultura/comunicação e o Paradigma das Mediações; Vincula-se ao primeiro eixo a problemática das indústrias culturais e seu papel na formação das identidades contemporâneas, especialmente na América Latina. Ao segundo, a questão do cotidiano e da cultura na formação das audiências. Empiricamente, a pesquisa privilegia a exploração da relação da identidade regional gaúcha e o processo de recepção televisiva, tendo como ponto de partida a constituição da audiência sul-riograndesense em seus aspectos histórico, econômico, geográfico, cultural, etc. É um estudo qualitativo que tem como pressupostos a valorização das mediações; especialmente a cultural ; a posição ativa do receptor na sua relação com os meios de comunicação, a polissemia do discurso massivo, entre outros. Tais pressupostos embasam o modelo teórico-metodológico adotado: o das multimediações, que se inserem no quadro geral dos qualitativos da audiência, corrente que se desenvolve mundialmente.

1993 - RONSINI, Veneza Veloso Mayora. *Cotidiano Rural e Recepção da Televisão: o caso Três Barras*. São Paulo, 1993. Dissertação de mestrado; Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. ---- Este trabalho tem por objetivo compreender os mecanismos de apropriação e/ou resistência da mulher rural frente às mensagens televisivas. Concretamente, é proposto se traduzir e investigar a relação do melodrama com as práticas produtivas e culturais de uma comunidade rural, porque se acredita que são estas práticas que fundamentaram um sistema de reconhecimento e diferenciação simbólica nos grupos sociais. O modelo teórico metodológico adotado é o das mediações, desenvolvido na América Latina por pesquisadores como Jesus Martín-Barbero (Colômbia) e Guillermo Orozco (México). Por mediações se entende os lugares a partir dos quais se configuram os significados atribuídos aos conteúdos massivos.

1993 - SILVEIRA, Dalys Esther Dixon. *A máquina dos sonhos: cotidiano e imaginário de dois grupos de crianças espectadoras de TV - estudo de caso*. São Paulo, 1993. Dissertação de Mestrado - Universidade Metodista de São Paulo. ---- Estudo de caso que, comparando dois grupos sócio-econômicos de crianças, entende e define a influência da família e da escola como agentes de mediação na recepção televisiva e na

incorporação da publicidade. Os dois suportes teóricos foram a vida cotidiana e o imaginário das crianças pesquisadas. A parte teórica está estruturada do geral ao particular, partindo da TV como meio e analisando sua lógica temporal, espacial, lingüística. Ao procurar compreender a significação recorre-se à hermenêutica, tentando entender a autocompreensão, que, por sua vez, busca os significados que as ações têm para os sujeitos que as constroem.

1994 - BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. *Comunicação: Trama de Desejos e de Espelho; os metalúrgicos, a telenovela e a comunicação do sindicato*. São Paulo, 1994. Dissertação de Mestrado; Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. (Publicado) ----Este trabalho visa estudar a telenovela partindo da experiência pessoal da candidata, no interior de São Paulo. O objeto de trabalho não é o envolvimento emocional das pessoas com a telenovela, mas sim a utilização da emoção das pessoas para veiculação dos conteúdos ideológicos que interessam à classe dominante. Busca revelar o papel da telenovela junto à sociedade, envolvendo elementos conceituais de diversas áreas do conhecimento.

* **1994** – BARROS, Rachel Rocha de Almeida. *Sábado Sete Show: um estudo do consolo na mensagem de massa*. Mestrado. Universidade Federal De Pernambuco - Antropologia ---- Esta pesquisa propõe investigar a experiência da participação de calouros em um programa de auditório - o Sábado Sete Show - para chegar a algumas conclusões sobre a natureza do apelo contido nas mensagens de massa e sobre os modos como parcelas específicas de consumidores manipulam produtos na tentativa de preencher e utilizados por parcelas de públicos como "brechas", canais de acesso a realidades projetadas pelos atores.

* **1994** – CASTRO, Ana Lúcia de. *Revistas Femininas: Aspectos Históricos, Produção e Usos Sociais*. Mestrado. Pontifícia Universidade Católica De São Paulo - Ciências Sociais ---- O presente trabalho analisa as estruturas de produção de três revistas femininas: Claudia, Capricho e Nova, buscando suas articulações com a esfera da recepção. Parte-se do pressuposto de que existe uma "via de dupla mão " entre a produção das revistas e as leitoras, caracterizando-se um processo interativo, no qual estas últimas interfeririam na realização do produto.

1994 - COGO, Denise Maria. *No Ar... Uma Rádio Popular (o uso dos alto-falantes como emissora popular no Brasil)*. São Paulo, 1994. Dissertação de mestrado - Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. (Publicado). ----- O trabalho tem como proposta a sistematização e reflexão sobre questões que envolvem o uso dos alto-falantes como emissora popular no Brasil. Conhecidas como rádios populares, rádios comunitárias ou radiadores, ao estruturarem programações próximas às emissoras convencionais, as experiências com cornetas ou alto-falantes se expandem no país a partir da década de 80, especialmente nas periferias das grandes cidades. A partir de uma retrospectiva histórica sobre a comunicação popular e sobre o uso da rádio comunitária na América Latina, é elaborado um quadro quantitativo e qualitativo referente às experiências específicas de usos dos alto-falantes como emissora popular no Brasil. Além disso, traz uma retrospectiva histórica sobre a origem das rádios populares e relatos sobre experiências desenvolvidas hoje em diversas regiões brasileiras.

1994 - DAZA, Clara Mercedes Guzmán. *Warmin Arupa - Palavra de Mulher: um estudo de recepção do vídeo no Centro de Promoción de La Mujer Gregoria Apaza (Bolívia)*. São Paulo, 1994. Dissertação de mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo. ---- Estudo sobre recepção de vídeo popular ressalta a importância de uma percepção crítica dos receptores para verificar a aceitação, preferências e tendências. Assim, são importantes os novos conhecimentos que possam construir, sobre a recepção de meios audiovisuais no campo da comunicação alternativa do vídeo, especialmente em áreas cuja população (na maioria de origem nativa), pelo choque cultural que pode significar a produção de vídeos com parâmetros ocidentais. Com ênfase na questão cultural, já que a pesquisa de campo está centrada em grupos da periferia de La Paz, expressivos pela sua população de origem andina do altiplano boliviano, e que nos últimos anos têm sido alvo de grande quantidade de educação popular desenvolvidos na sua maioria por organismos não governamentais. (ONG's).

1994 - SALINAS, Fernando de Jesus Giraldo. *O Som da Telenovela: articulações com o receptor*. São Paulo, 1994. Tese de doutorado; Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. ---- O objetivo deste trabalho é o estudo do som na telenovela e suas mediações na recepção. A pesquisa foi realizada a partir de duas telenovelas e de 16 entrevistas com receptores. O corpo desta tese contém: 1) a definição do trabalho no contexto da comunicação e cultura; 2) a localização do som nos meios audiovisuais; 3) a análise das falas, sons e das músicas na telenovela; e 4) os depoimentos dos entrevistados sobre o som na telenovela e na vida cotidiana. Este texto encontra-se acompanhado por uma fita de vídeo que contém o material das telenovelas, servindo de exemplo e ilustração.

* **1994** – RIBEIRO, Mara Rejane Alves Nunes. *O Assistente Social Frente à Tevé no Âmbito da Estética da Recepção*. 01/05/1994. Doutorado. Pontifícia Universidade Católica De São Paulo - Serviço Social ---- O estudo focaliza o entendimento sobre a concepção que o assistente social docente-ASD- tem do processo de recepção da mídia teve na sua prática acadêmica, na condição de transmissor qualificado das mensagens e informações veiculadas por esse *mass-media*. O debate contempla duas concepções: da profissão adotada no projeto pedagógico do curso de ss da universidade estadual de londrina-uel, e a estética da recepção como alternativa teórica escolhida, por entende-la como um movimento que se processa a partir de uma diferenciação entre o ato de receber e o de interpretar as mensagens emitidas. Os resultados desse estudo de caso or pela imagem. E demonstram a viabilidade da transposição desse processo literário para o televisual.

1994 - SANTOS, Maria Salett Tauk. *Igreja e Pequeno Produtor Rural: a comunicação participativa no programa CECAPAS/SERTA*. São Paulo, 1994. Tese de doutorado; Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. - O objetivo deste trabalho é compreender a participação dos pequenos produtores rurais do programa das tecnologias alternativas desenvolvido pela organização não-governamental Serviço de Tecnologia Alternativas; SERTA. Especificamente, procura-se investigar as causas que levam a reticente participação dos agricultores no programa, apesar dos esforços de comunicação popular-participativa desenvolvidos por esta organização visando envolver esses agricultores num processo de autopromoção sócio-política e econômica. Este estudo divide-se em três partes: a primeira é a análise do recuo da igreja católica em seu trabalho de comunicação popular-participativa, desenvolvido junto aos pequenos produtores rurais; a segunda é a observação das interações comunicacionais verbais e não-verbais dos técnicos e agricultores envolvidos pelo programa SERTA. A terceira estuda, a partir da análise de uma amostra de vinte pequenos produtores rurais do agreste de Pernambuco, a influência de variáveis sócio-econômicas e culturais sobre a relação entre culturas populares e a cultura hegemônica.

1994 - SILVA, Paulo Sérgio. *As Leitoras Indiscretas Visitam as Bancas*. São Paulo, 1994. Dissertação de mestrado; Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. ---- O trabalho analisa a produção, consumo e recepção dos romances populares femininos, editados pela líder no mercado editora Nova Cultural. Estes romances são traduzidos dos originais ingleses e franceses para o português e distribuídos em edições padronizadas em séries. Sua origem remonta ao romance folhetim e tem forte penetração popular. Partindo de um panorama enfocado pela comunicação de massa, reproduzindo uma ideologia dominante, o romance estabelece uma renovação dos aspectos sociais tradicionalmente estabelecidos pelas narrativas anteriores. Os papéis da mulher, da relação amorosa, da relação com o erótico buscam justamente oferecer à leitora um novo paradigma na sua maneira de viver. Temas como o herói e a heroína, o final feliz, os climas narrativos, a fantasia e o imaginário das leitoras são enfocados buscando a compreensão do fenômeno.

1995 - BARROS, Laan Mendes de. *O consumo da canção de consumo*. São Paulo, 1995. Tese de Doutorado - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. ----Uma análise dos processos de recepção da música popular brasileira, por jovens universitários, na sociedade de consumo. Música e juventude. A escuta musical e suas motivações (o que é música popular brasileira? / para que serve?); música nacional e música estrangeira. As preferências de jovens universitários no processo de consumo (compositores, intérpretes e canções preferidas). A produção de sentidos a partir dos códigos de chegada e das medidas sociais. Um exercício de interpretação de canções populares. Importância, recepção e mediações da canção popular. A dimensão pedagógica da comunicação na recepção da canção popular.

* **1995** – ESTEVES, Antonia Petrowa Esteves. *Televisão, Criança e Professor: Uma Proposta de Ação Educativa*. 01/05/1995. Doutorado. Universidade De São Paulo - Ciências Da Comunicação ---- A televisão superou os demais meios de comunicação, introduziu uma nova maneira de ver o mundo, um novo movimento, mais rápido, mais ágil, mais trabalhado nos detalhes. Ela, julgar e interpretar a gramática dos meios de comunicação. Assim desprende-se a importância de elaborar e implantar uma proposta de ação educativa junto a professores de ensino fundamental, visando promover o estudo de exploração da TV, voltada para a leitura de sua linguagem em sala de aula, objetivando transformações na prática docente. Tal proposta, além de ser uma contribuição para o estudo de meios de comunicação, possibilita ainda a continuidade de pesquisa que comprovam a premência de programas de ação empenhados na melhoria profissional.

1995 - GOMES, Itania Maria Mota. *Ingenuidade e Televisão. Investigação Sobre o Conceito de Recepção e o Processo Comunicativo*. Salvador, 1995. Dissertação de Mestrado em Comunicação - Programa de pós-graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas - Universidade Federal da Bahia. ----- Investiga o conceito de recepção. Inicialmente, apresenta um panorama temático dos discursos sobre a relação entre TV e os telespectadores e identifica duas correntes. A primeira apresenta os meios de comunicação de massa como nocivos; e a segunda agrupa trabalhos de caráter pedagógico ou militante que buscam estratégias para evitar efeitos supostamente malignos. O trabalho tomou a recepção infantil como um ponto de reflexão que permite avançar em direção aos modelos mais recentes para a abordagem conceitual e metodológica do processo receptivo e realizou uma apreciação sobre os estudos críticos da recepção, com especial atenção para o paradigma das mediações, considerando os avanços conceituais e metodológicos possibilitados, mas apontando algumas de suas limitações.

1995 - MATOS, Rita de Cassia Aragão de. *A orgia dos objetos. estudos sobre recepção, publicidade e excluídos*. Bahia, 1995. Dissertação de Mestrado em Comunicação - Universidade Federal da Bahia. ---- Analisa de que modo famílias socialmente marginalizadas assimilam e interpretam o discurso publicitário veiculado na TV, mais particularmente aqueles que apresentam objetos inacessíveis a este segmento. O estudo mostra que ao mesmo tempo em que exhibe tais objetos, a doméstica confronta o mundo da publicidade, com um outro, vivenciado por estes sujeitos, marcado por privações de toda ordem. Este paradoxo é uma das características mais marcantes de uma sociedade capitalista como a brasileira, a qual, se, por um lado, desenvolveu estratégias de comunicação extremamente sofisticadas para reforçar o consumo, por outro, continua a manter a maioria da população alijada das benesses do processo de industrialização.

1995 - VILAR, Lúcio Sergio de Oliveira. *TV e janelas da vida cotidiana*. São Paulo, 1995. Dissertação de Mestrado em Comunicação - Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. ---- O trânsito do código imagético (TV) com o radiofônico e as transversalidades estabelecidas com a ambivalência regional são as questões básicas investigadas pelo estudo, analisando o lugar da televisão no cotidiano de jovens, adultos e

idosos de uma cidade do Nordeste. Objeto de estudo: o percurso tensional do veículo com o regional e as indicações geradas ante os simbólicos; dimensionados desde sua chegada em 1970. A história da rádio local, seu papel e importância sobre as práticas culturais da cidade, são elementos levantados pela pesquisa e que anunciam uma relação que não é, em absoluto, de supremacia da televisão sobre o rádio; a pujança cultural da região encontra no rádio um fator de preservação e reelaboração do próprio ethos.

* **1995** - MAGALHÃES, Nara Maria Emanuelli Magalhaes. *A Dimensão Simbólica da Política no Cotidiano- uma análise da emissão da mensagem política e sua recepção por grupos populares de Porto Alegre, em alguns momentos eleitorais..* 01/09/1995. Mestrado. Universidade Federal Do Rio Grande Do Sul ---- Antropologia Social - Esta dissertação é uma interpretação antropológica do significado cultural da política. Ela aborda a emissão e recepção da mensagem política em três momentos eleitorais em Porto Alegre, RS: as eleições para prefeito desta cidade em 1985 e 1992 e as eleições para presidente da república em 1989. A pesquisa analisa a emissão da mensagem política e sua recepção por parte de grupos populares.

* **1996** – AMARAL, Neuza Maria do Amaral. *A TV que se Paga para Ver. A TV paga brasileira e sua recepção em Londrina.* 01/07/1996. Mestrado. Universidade Metodista de São Paulo. Comunicação Social --- Apresenta, inicialmente, a título de fundamentação, uma série de referências que contextualiza a política de telecomunicação brasileira e os tipos de sistemas de teledifusão existentes. O Estudo elege como principais elementos de investigação as características das empresas brasileiras operadoras de TV Paga e dos usuários das mesmas. No que se refere ao usuário, trabalha com uma pesquisa quantitativa com telespectadores-assinantes da Operadora de TV a Cabo de Londrina, no norte do Paraná. Com base nas informações obtidas, o estudo identifica, descreve, interpreta e caracteriza quantitativamente, o fato pesquisado e apresenta também sugestões para investigações futuras.

1996 - BONIN, Jiani. *Mediações na recepção de TV: o Campo e Lavoura em Rio Fortuna-SC.* Viçosa, 1996. Dissertação de mestrado; Curso de mestrado em Extensão Rural. Universidade Federal de Viçosa. ---- Este trabalho teve como objetivo geral analisar as percepções dos pequenos produtores da comunidade de Rio Fortuna em relação às mensagens veiculadas pelo programa rural Campo e Lavoura, evidenciando mediações participantes do processo de recepção. Fundamentou-se no modelo teórico-metodológico das mediações desenvolvido por Orozco. No âmbito do programa Campo e Lavoura, o estudo evidenciou elementos que constituem a mediação videotecnológica: os objetivos e as determinações das instituições produtoras perpassam o programa, condicionando os conteúdos, o tratamento dados aos mesmos e os recursos utilizados para significar a realidade.

* **1996** – BRANDÃO, Leonor D'Ávila. *O adolescente e a televisão - um receptor passivo?.* 01/12/1996. Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Comunicação Social ---- Este estudo pretende investigar a relação entre a TV e o adolescente. Para isso foram realizadas 30 entrevistas semi-dirigidas com adolescentes de ambos os sexos de Porto Alegre. Foram feitas análises de dados quantitativos e qualitativos das entrevistas., utilizando para interpretação a hermenêutica de profundidade de Thompson. Os resultados encontrados confirmam que a recepção não é passiva. Todavia, a TV se constitui num objeto indispensável em suas vidas. Eles utilizam grande número de horas frente à TV, o fazem para preencher o "espaço vazio" ou a usam como a companhia frente a solidão. Pelas suas verbalizações, a leitura que fazem da TV mediatizada pela família e pelos professores em sala de aula.

1996 - BRITTOS, Valério Cruz. *Recepção e TV a cabo: a mediação da identidade cultural pelotense.* Porto Alegre, 1996. Dissertação de Mestrado - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. (Publicado). ---- A pesquisa estuda a recepção de TV a cabo, tendo como referencial teórico e orientadora metodológica a nova linha de análise de comunicação que vem sendo desenvolvida na América Latina. Em consonância com a trajetória teórica escolhida, prioriza-se as mediações integrantes do processo de recepção, em que o receptor participa como sujeito ativo. Ao mesmo tempo, considera-se o consumo cultural especialmente latino-americano, híbrido, e a comunicação integrante da cultura, sendo, hodiernamente, uma agente privilegiada na formação das identidades culturais.

1996 - ELIAS, Maria de Fátima Faila. *O adolescente diante da telenovela: uma análise das vivências rurais e urbanas na cidade de Piracicaba.* São Paulo, 1996. Dissertação de Mestrado em Comunicação- Universidade Metodista de São Paulo. ---- Este estudo busca entender qual é a participação da telenovela no mundo dos adolescentes, tanto do meio urbano quanto do rural. Objetiva mostrar a importância de instituições socializadoras - como família, sociedade, escola e amigos - nas formas de ver e decodificar esta programação. Os adolescentes foram pesquisados tanto no meio urbano quanto no rural, tendo em vista esclarecer como o adolescente, dentro de contextos sociais diferenciados, posiciona-se diante da estrutura ficcional apresentada pela telenovela brasileira.

1996 - MARTINS, Beatriz Araújo. *Revisitando as teorias da Recepção.* Rio de Janeiro, 1996. Dissertação de Mestrado; Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. ---- Essa dissertação de mestrado se propõe a uma revisão da literatura, apresentação de idéias e precursores dos principais paradigmas das teorias da recepção. O eixo central encontra-se fundamentado em três aspectos: o fenômeno da recepção, a importância de uma articulação interdisciplinar e o processo internacional do ritual comunicativo. Encerra demonstrando a possibilidade de um novo olhar, uma nova literatura sobre o fenômeno recepção dos meios de comunicação massivos.

1996 - RANGEL, Jair Guimarães. *Exposição à violência na televisão e suas relações no contexto de variáveis psicológicas e sócio-demográficas do adolescente*. São Paulo, 1996. Dissertação de mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo. ----- Esta dissertação é resultado de uma pesquisa realizada com 241 adolescentes que freqüentam três escolas públicas de Belo Horizonte, Minas Gerais. O objetivo central da pesquisa foi descrever o comportamento televisivo dos estudantes e estabelecer relações estaticamente significativas entre a dieta de violência na televisão e variáveis psicológicas antecedentes. Aspectos psicológicos relacionados à agressividade, à frustração e ao ambiente familiar dos estudantes foram mensurados em escalas devidamente validadas. Outros aspectos relacionados ao uso do rádio, revistas e jornais, incluindo informações sócio-demográficas da amostra também foram considerados.

* **1996** – ROCHA, Daniella Naves de Castro Rocha. *"Política e Mídia: uma trilha na compreensão sociológica"*. 01/11/1996. Mestrado. Universidade de Brasília. Sociologia ---- A relação política e mídia constitui uma das grandes questões do debate intelectual na atualidade. Com isso, surge como tema recorrente em diversas áreas do conhecimento, prioritariamente na Comunicação, e também, de certa forma, em outras disciplinas afins, como a Sociologia e a Ciência Política. No entanto, é possível observar um certo nível de fragilidade teórica e superficialidade no tratamento usual da temática. Nessa medida, edifica-se a necessidade de desenvolver a compreensão aprofundada do processo de interação entre essas duas dimensões da vida social.. Assim, esse trabalho caracteriza-se pelo desenvolvimento de uma reflexão sociológica que amplia a compreensão do fenômeno política e mídia. De um lado, abordamos a constituição da comunicação midiática em geral e, em particular, as peculiaridades do processo de recepção das mensagens veiculadas pela comunicação de massa. De outro, enfocamos as tendências mais gerais na configuração dos sistemas políticos contemporâneos.

* **1996** – SANTANA, Neuza Maria Santana. *TV, a Rica Escola dos Pobres (Estudo do Caso dos Filhos dos Pescadores Artesanais da Z-1, Corumbá)*. 01/04/1996. Mestrado. Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - Educação ---- Este trabalho representa o esforço para compreender as ações da escola e da televisão sobre os filhos dos pescadores profissionais artesanais da Z-1 em Mato Grosso do Sul, Corumbá, comunidade em fase de transição do modo de vida rural para o urbano. É parte de um projeto mais amplo desenvolvido pela Universidade de Mato Grosso do sul visando, pela abordagem multidisciplinar, levantar os Problemas da Educação e da Sociedade de Mato Grosso do Sul com o Paraguai e com a Bolívia. Executa estudo exploratório e a coleta propriamente dita, com material colhido através de entrevistas semi-estruturadas, observações diretas, exame de textos documentais, como os de um grupo de redações preparado com a ajuda da escola.

1996 - SANTOS JR., Roberto Machado dos. *Tempo de Antena. Elementos para um debate sobre democratização e participação na televisão*. São Paulo, 1996. Dissertação de Mestrado; Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. ---- Este trabalho se propõe a analisar a questão do acesso aos meios de comunicação numa perspectiva de democratização. Partindo da descrição e análise dos programas "Você Decide" da Rede Globo, "Sílvia Poppovic" da Rede Bandeirantes, "Comunique-se" da Eco TV (região do lags - Rio de Janeiro) e "TV mix" da TV Gazeta (período 1988/1989), procuro certos nichos dentro da televisão onde o cidadão consegue um tempo de expressão pública individual, um certo tempo de antena, invertendo seu papel de receptor para o de emissor. Também desenvolve uma reflexão sobre as formas de participação na televisão, sobre a educação para a mídia e discute a questão do acesso público nas TVs comunitárias e TVs a cabo.

* **1996** – SCHAEFER, Maria Isabel Orofino. *"A Mediação Escolar na Recepção Televisiva: um estudo das apresentações sobre a AIDS construídas por adolescentes de Florianópolis, a partir das campanhas de TV"*. 01/08/1996. Mestrado. Universidade Federal De Santa Catarina - Educação ---- Este trabalho apresenta uma proposta de reflexão e ação sobre o papel da instituição escolar enquanto mediadora dos conteúdos veiculados pela mídia. O conceito de mediação é utilizado com base nas teorias dos estudos culturais latino-americanos e orienta nossa reflexão acerca das possibilidades de desenvolvimento de práticas educacionais críticas que dialoguem com as novas textualidades emergentes em nossa realidade sócio-histórica, sobretudo aquelas veiculadas pela televisão. Esta dissertação conta também com um capítulo realizado em vídeo.

1996 - SOUZA, Milton Soares de. *O papel social do vilão: leituras e usos sociais do vilão no cotidiano de receptores de telenovelas*. São Paulo, 1996. Dissertação de Mestrado - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. ---- Estuda o uso social que leitores de telenovelas das oito fazem do personagem vilão. A vida cotidiana do homem ao longo da história sempre foi marcada por dualidades entre vencedores e vencidos, fracos e fortes, entre outros exemplos, mas também sempre com heróis e vilões. As produções literárias e artísticas sempre reproduzem na construção dramática esse conflito: o herói bem aceito e o vilão sempre criticado. Aqui se retoma como leitores de telenovela vêem o vilão para além do conflito com o herói, mas como espaço de debates e exposições de críticas sociais voltadas à vida cotidiana, não só de indivíduos, como de países, em contextos históricos específicos. Através da indicação obtida com quatorze entrevistas com moradores da cidade de São Paulo, delinea-se como a prática cotidiana se coloca como mediadora dessa leitura de uso do vilão pelo telespectador.

* **1996**- SILVA, Josineide de Meneses. *Leitoras e Revistas Femininas: repensando estereótipos*. 01/04/1996. Mestrado. Universidade federal de Pernambuco – Antropologia ---- Essa dissertação focaliza o discurso de leitoras de revistas femininas, objetivando perceber as construções elaboradas sobre temas que perpassam as relações de gênero e que estão constantemente publicados nas revistas. Elegi quatro temas como referência de análise que são: relação ideal, casamento, sexualidade, e trabalho. A metodologia qualitativa permitiu, através

de entrevistas semi-estruturadas, a apreensão dos discursos das leitoras, assinantes das revistas Nova e Cláudia.

1997 - BARTHOLO, Margareth Queiroz. *Recepção: a seleção da informação no meio da floresta*. Brasília, 1997. Dissertação de mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Brasília. ---- A pesquisa concentra-se no processo de recepção e aproveitamento de informações técnico-científicas em duas comunidades no interior do Estado do Amazonas: São Sebastião do Boto, em Parintins, e Ramal do Manápolis, em Rio Preto da Eva. Mostra que os produtores rurais selecionam as informações que irão adotar na atividade agrícola utilizando como critérios a proximidade com a realidade em que vivem e a disponibilidade financeira para aplicá-las. O julgamento que fazem das informações recebidas é influenciado pela experiência, pelo conhecimento adquirido ao longo dos anos. E assim, decidem o que fazer das informações: usar, arquivar para sacar em momento apropriado ou ignorar, descartar. O trabalho também constata que o produtor rural, mesmo quando gostaria de contestar, não o faz de forma incisiva. Não por ser passivo, mas por sentir que precisa ficar calado para manter recursos de projetos do Governo ou contar com a boa vontade dos técnicos que trabalham na região.

1997 - CAVALCANTE, Ieda Maria da Silva. *A Presença dos Meios de Comunicação na Aldeia Yawalopiti*. Brasília, 1997. Dissertação de mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Brasília. ---- Aborda a influência de dois meios de comunicação, o rádio e a radiofonia, entre os Yawalopiti, povo localizado no Parque Indígena do Xingu, no Mato Grosso. O objetivo do estudo é identificar os principais indicadores que configuram esta influência, levando em conta como este processo é incorporado e interpretado pelos próprios indígenas no contexto da relação estabelecida com a sociedade envolvente. Também se preocupa em proporcionar subsídios para a formulação de temas/problemas sobre o impacto das novas tecnologias sobre culturas específicas como a dos povos indígenas no atual momento, mascarado pela globalização; e, ao mesmo tempo, por inúmeras especificidades étnicas, sócio-econômicas, políticas e culturais.

1997 - CAVALLI, Sílvia. *Você Decide: o jogo da sedução e da persuasão. Rede Globo de Televisão (1992-1996)*. São Bernardo do Campo, 1997. Dissertação de mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo. ---- Esta dissertação que apresenta como tema o programa Você Decide estuda a interatividade proposta por um programa ficcional. Considera a interatividade como possibilidade ligada principalmente ao mundo dos sistemas eletrônicos, dos computadores, e a ficcionalidade, como expressão de uma cultura de massa, difundida pela televisão. Através de uma análise compreensiva e exploratória, esta pesquisa revela, por um lado, o universo simbólico dos programas ficcionais que atua na interação entre emissor e receptor e, por outro lado, leva a conhecer como se dá o processo de comunicação com participação ou interatividade entre produtor e público, no universo da televisão. O objetivo maior deste estudo é refletir sobre as características desse produto e do mundo imaginário que permeia as relações entre produtores e telespectadores.

1997 - COSTA, Soraia Rodrigues. *Recepção de Telenovela: um estudo de caso em Serra da Saudade - MG*. Viçosa, 1997. Dissertação de mestrado - Curso de Extensão Rural. Universidade Federal de Viçosa. ---- Este trabalho consistiu em pesquisar o processo de interação da televisão/telenovela no cotidiano de receptores, que têm este veículo como o principal, e praticamente exclusivo, meio de comunicação e como uma alternativa de lazer. Partindo da análise das mediações que se estruturam na vivência cotidiana, investigou-se como os receptores que vivem no menor município de Minas Gerais - Serra da Saudade - percebem as mensagens veiculadas no programa de maior audiência da televisão brasileira - a telenovela. Este gênero televisivo interage com a realidade na medida em que a reflete e é refletida pela audiência. Dessa forma, a telenovela funciona como evasão do cotidiano, quando permite sonhar e vislumbrar novos universos, e como ponto de partida para refletir sobre temas pouco discutidos pelos atores sociais. Enfim, o contexto sócio-cultural dá forma à produção simbólica.

1997 - CUNHA, Magda Rodrigues da. *O Receptor Idealizado pelo Discurso Radiofônico. Uma análise do emissor em Gaúcha Hoje e Flávio Alcaraz Gomes Repórter*. Porto Alegre, 1997. Dissertação de mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. ---- Este trabalho estuda o discurso dos programas de rádio Gaúcha Hoje, da Rádio Gaúcha, e Flávio Alcaraz Gomes Repórter, da Rádio Guaíba, de Porto Alegre, em cinco edições, através da Oralidade, Retórica e Argumentação e Segmentação, como categorias *a priori*, para chegar ao perfil do receptor idealizado, do ponto de vista do emissor. Os dois programas selecionados são os mais importantes no radiojornalismo gaúcho por sua maior audiência no horário considerado nobre no rádio, especialmente, em relação à televisão, e onde a argumentação se sobrepõe à própria informação, em determinados momentos, buscando o ouvinte ideal.

* **1997** - GERBER, Rose Mary. *Estranhos e Estrangeiros: um estudo antropológico com mulheres sobre a mídia em Ganchos/Ganchos na mídia*. 01/12/1997. Mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina. Antropologia Social ---- Esta dissertação discute a relação de recepção e tensão entre a mídia em ganchos/ganchos na mídia, a partir do trinômio cotidiano, tradição e temporalidade. Com as mulheres, em seu cotidiano regido pela temporalidade da pesca, esta pesquisa ocorreu, permeada por uma reflexão sobre a ética do pesquisador em campo bem como sobre as diferentes formas de olhar. Neste caso, como as gancheiras questionam e põem em dúvida as imagens que a mídia sobre ganchos, por ocasião da farra do boi, quando são veiculados como notícia na mídia.

1997 - KESSLER, Janea. *Mais do que Feijão com arroz: consumo, publicidade e cultura no meio rural*. São Bernardo do Campo, 1997. Dissertação de Mestrado em Comunicação - Universidade Metodista de São Paulo. --- O trabalho tem como objetivo identificar quais e como alguns bens são consumidos em uma comunidade de habitantes do meio rural, na região central do Rio Grande do Sul. A autora realiza o estudo da publicidade como mediação para o consumo de bens e a identificação das mediações sócio-culturais que incidem no consumo da própria publicidade. Os modelos teóricos que balizam este trabalho apóiam-se, em primeiro lugar, na proposta de Nestor Garcia Canclini para a construção de uma teoria sociocultural do consumo, esse entendido como um processo que não se esgota na compra e no uso dos bens, mas vai além: entende que o consumo é socialmente regulado, ao mesmo tempo em que se constitui numa das práticas que materializa e dá sentido a uma cultura. O segundo eixo é o modelo das Multimediações, o qual entende que a recepção é um processo no qual a intenção do emissor não incide verticalmente sobre o receptor.

* **1997** - MALAQUIAS, Edite Maria de Moraes. *Rádio e Desenvolvimento Local: um estudo de recepção em Misericórdia-PI*. 01/06/1997. Mestrado. Universidade Federal Rural de Pernambuco - Administração ---- Este trabalho tem por objetivo compreender os usos das mensagens do rádio pela população de Misericórdia-PI em seu cotidiano na tentativa de demonstrar as possibilidades que ele apresenta enquanto veículo massivo para o desenvolvimento local. O modelo teórico-metodológico adotado foi o das mediações culturais, desenvolvido pelos pesquisadores latino-americanos Jesus Martín-Barbero, Guillermo Orozco e Nestor Garcia Canclini. No desenvolvimento da pesquisa, foram utilizadas técnicas combinadas de coleta de dados: o questionário acompanhado de entrevista, a observação etnográfica e a análise de conteúdo.

1997 - MARTINS, Sílvia Koch. *Adolescência e Recepção: a mídia em ritmo de vídeo*. Porto Alegre, 1997. Dissertação de mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. ---- Estudo do significado da atividade de recepção junto aos adolescentes entre 14 e 18 anos de classe média e média alta em Porto Alegre. Como metodologia, utilizamos uma abordagem quantitativa, para melhor definição do perfil de nosso objeto, e a pesquisa qualitativa, através do método dos grupos focais, para a discussão das mídias. Os resultados dos grupos focais foram analisados e interpretados a partir da apropriação cotidiana dos meios de comunicação de massa, em três características selecionadas: modos típicos de apropriação dos produtos de comunicação de massa; as características histórico-sociais dos contextos de recepção e a natureza e significância das atividades de recepção.

1997 - SILVA NETO, Casemiro. *No Ar, O Som Das Águas, um Projeto Radiofônico: da gênese à recepção*. Rio de Janeiro, 1997. Dissertação de mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. ---- Trata-se de um estudo de caso, que tem como objetivo analisar a Recepção do programa; Sentimental Demais, produzido e levado ao ar através da Orós FM: O Som das Águas, localizada na cidade de Orós, no interior do Estado do Ceará, a 400 km de Fortaleza, a capital. O trabalho situa-se no contexto das novas formas de abordagem empregadas para a apreensão do processo comunicacional contemporâneo. As análises estão ancoradas nos modelos de recepção que concebem o receptor como instância ativa, negociadora e construtora de sentido dos bens/produtos que os sistemas de comunicação colocam em oferta, assim como no conceito de sociabilidade, cujas formas de convivência que este conceito conota, encontram também na tecnologia do rádio as bases instituintes.

* **1997** - URIBE, Esmeralda Villegas. *A Rádio Popular da Vila Nossa Senhora Aparecida: uma proposta de comunicação popular* - Universidade Metodista de São Paulo - Mestrado ---- Este estudo tem como propósito, sistematizar e avaliar a experiência da rádio popular com o sistema de alto-falantes, da Vila Nossa Senhora Aparecida, caracterizando as condições de sua origem, seu processo de desenvolvimento, e seus resultados como prática de comunicação popular. Para a organização e a análise da informação mais significativa da experiência, recorre-se ao modelo de análise proposto pelo pesquisador mexicano Nestor Garcia Canclini. O autor traslada o modelo econômico, proveniente da corrente materialista dialética às práticas comunicativas, situando-as no plano real da circulação permanente, comum à variedade de práticas produtivas, culturais, ideológicas entre outras. Este modelo equipara os momentos do processo econômico: Produção, Distribuição e Consumo com os elementos do processo de comunicação: Emissão, Difusão e Recepção.

* **1997** - ZASPRZAK, Roselene Gurski. *Desenhos animados em tempo de violência: uma contribuição para pensar a construção de valores sócio-morais em crianças pré-escolares*. 01/06/1997 1v. 135p. Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Psicologia ---- Neste estudo, analisamos a participação de elementos violentos, tais como o uso de força bruta entre as personagens dos desenhos animados atuais, para a construção de valores sócio-morais em crianças pré-escolares. Investigamos as interações das crianças com pares, bem como as interpretações que fazem acerca de elementos violentos presentes em um desenho animado contemporâneo, através das técnicas de observação participante, notas de campo e entrevistas individuais. Inferimos que, mesmo não ocorrendo uma recepção tácita da programação televisiva, os valores e conceitos transmitidos pela mídia eletrônica constituem elementos da cultura utilizados pelas crianças na construção de valores sócio-morais.

1997 - ZILOCHI, Ana Maria Domingues. *Do seu olho sou o olhar: por uma semiótica da recepção; C. S. Peirce*. São Paulo, 1997. Tese de doutorado. Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica; Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. ---- Esta pesquisa tem como objetivo analisar a teoria dos signos de Charles Sanders Peirce (1839-1914) sob o ponto de vista da recepção. A hipótese principal é a de que há uma teoria da recepção na teoria dos signos de Peirce e que aquela é mais abrangente que as existentes, pois envolve todos os tipos de signos. Para comprovar nossa hipótese, retomamos as teorias existentes

principalmente a liderada por W. Iser e H.R. Jauss, e os problemas decorrentes das mesmas para, em seguida, discutirmos a teoria peirciana e o lugar da recepção em seus estudos. Num segundo momento, retomamos aspectos da Semiótica para mostrar o relacionamento entre os conceitos de interpretante, interpretação e intérprete e o papel de cada um deles dentro de uma semiótica da recepção. Finalmente, queremos mostrar como esta teoria se comporta na análise de textos imagéticos. Para isto vamos utilizar um tipo de texto que já traz elementos de marca de recepção, ou seja, textos visuais nos quais a paródia e a intertextualidade agem como agentes da semiose.

* **1998** – ALBUQUERQUE, Maria Adailza Martins. *Cotidiano: sala de aula e televisão*. 01/05/1998. Mestrado. Universidade de São Paulo. Geografia ---- Este trabalho estuda a maneira como se dá a recepção dos discursos escolar e televisivo pelos alunos do ensino fundamental (de três escolas públicas estaduais situadas em diferentes áreas da cidade de São Paulo). Na realização desta pesquisa. Procura-se contribuir para o desenvolvimento de práticas pedagógicas em que os alunos sejam vistos em sua integridade de cidadão, respeitando-se sua história de vida e sua cultura.

1998 - ALMEIDA, Antônio Milton Oliveira de. *O Horizonte da Recepção: Os Laços entre o Espectador e a Imagem Midiática*. Salvador, 1998. Dissertação de mestrado; Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia. --- A dissertação propõe analisar o papel da recepção na construção da imagem midiática do Cine Trash veiculado pela Rede Bandeirantes, visando superar qualquer tipo de dualismo entre o espectador e o fenômeno imagético. O trabalho pretende interconectar o sujeito da recepção com o Cine Trash, considerando a influência do cineasta José Mojica Martins na geração dos signos da cultura trash, ensaiando um distanciamento da narrativa do terror clássico.

1998 - CORAZZA, Helena. *Comunicação e relações de gênero em práticas radiofônicas da Igreja Católica no Brasil*. São Paulo, 1998. Dissertação de mestrado - Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. ---- Esta pesquisa tem por objetivo estudar como se dão as relações de gênero a partir de emissoras de rádio católicas do Brasil. Tendo em conta uma sociedade marcada por uma cultura que privilegia os valores masculinos, a pesquisa é feita no contexto da Igreja Católica, onde traços dessa cultura se acentuam pela própria estrutura organizativa e pelo veículo Rádio que, tradicionalmente, é um espaço do homem. Com os referenciais teóricos dos Estudos Culturais, a pesquisa empírica em duas emissoras, uma no Norte e outra no Sul do País, levanta indicativos de como, pelas práticas de recepção, os ouvintes se posicionam frente aos programas e identificam, pela cultura e pelas relações de poder, possíveis mudanças na liderança da mulher, tanto na sociedade quanto na radiodifusão católica.

* **1998** – CUNHA, Álvaro Luis Ávila da. *TV e Escola - críticas e possibilidades*. 01/06/1998. Mestrado. Universidade Federal de Pelotas ---- Propus, neste trabalho, desenvolver uma possibilidade de uso da televisualidade no sentido da quebra desta unidirecionalidade televisual. Apontei possibilidades de, através da reflexão sobre as mensagens da TV, subverter sua intenção de ditar a realidade. Enfim, propus idéias para percorrer um difícil e rico caminho, da reprodução à criação. O espírito crítico na escola que temos é muito inibido, mas isto não significa que as pessoas não o tenham. Tenho a impressão de que minha contribuição foi justamente provocar este despertar, ou seja, oportunizar um espaço onde a crítica necessariamente tenha que aflorar."

1998 - DUMONT, Lígia Maria Moreira. *O Imaginário Feminino e a Opção pela Leitura de Romances de Séries*. Rio de Janeiro, 1998. Tese de doutorado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. ---- Estuda, pela vertente da informação social, a leitura dos romances publicados em séries e os possíveis efeitos que podem ocasionar em suas leitoras frequentes. Discorre sobre os determinismos sociais embutidos nos romances, classificados segundo sua proveniência: sócio-econômicos e culturais, de valorização de certas raças, castas, de certas profissões. É desenvolvida uma base conceitual sobre a leitura de lazer, juntamente com a trajetória dos romances até os dias atuais. Uma pesquisa utilizando a etnometodologia e a técnica de história de vida foi desenvolvida junto à amostra de leitoras de romances de séries do Carro-Biblioteca da Escola de Biblioteconomia da UFMG, com a finalidade de verificar se os efeitos preconizados pela literatura estariam efetivamente se processando.

1998 - FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa. *Alô Pantanal. Estudo sobre as relações entre um programa de rádio e três comunidades rurais do município de Corumbá -MS*. São Paulo, 1998. Dissertação de Mestrado-Universidade Metodista de São Paulo. ----- Partindo da afirmação de Edgar Morin que a verdadeira mediação da cultura de massa é a comunicação do real com o imaginário, ou seja, proporcionar apoios imaginários à vida prática e pontos de apoio prático à vida imaginária, o trabalho tem como objetivo investigar a relação entre um produto de rádio Alô Pantanal, produzido pela Rádio Difusora Matogrossense, no município de Corumbá, Mato Grosso do Sul, e três comunidades rurais situadas no município. Para atender a esse objetivo principal, o trabalho foi segmentado em dois objetivos secundários: a) saber de que forma a sociedade corumbaense encontra-se representada no programa; b) saber quais fatores estão relacionados à inserção desse programa em três comunidades rurais selecionadas. Os modelos teóricos que orientam este trabalho apoiam-se ainda nas idéias de diversos autores latino-americanos, como Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco.

* **1998** - GARCIA, Débora Aparecida Pires. *Muito além das Chiquititas: Um estudo sobre as representações sociais infantis acerca da televisão*. 01/10/1998. Mestrado. Universidade Federal Fluminense. Educação ---- Analisa o consumo televisivo por crianças pertencentes às classes populares, moradoras da cidade do Rio de Janeiro. Através dos estudos acerca da recepção infantil da mídia televisiva, investiga os conteúdos de

representação social infantil sobre a televisão e as estratégias de reapropriação e novos usos das mensagens. Realiza pesquisa exploratória, com coleta de dados, observação direta e aplicação de questionário e entrevistas semi-estruturadas. Conclui que é necessário rever a crença de que os meios de comunicação de massa encontram somente consumidores passivos, reprodutores e dominados.

1998 - GIRARDELLO, Gilka Elvira Ponzi. *Televisão e Imaginação Infantil: Histórias da Costa da Lagoa*. São Paulo, 1998. Tese de doutorado - Escola de Comunicação e Artes - Universidade de São Paulo. ----- O trabalho procura caracterizar a imaginação infantil como um conceito importante na análise da experiência da criança com a televisão. A via escolhida para a aproximação a essa experiência é a narrativa, entendida como instância de mediação entre imaginação e cultura. O trabalho inclui uma pesquisa realizada junto às crianças de uma comunidade isolada, onde a televisão somente há poucos anos passou a conviver com a rica tradição oral local. As narrativas orais produzidas por essas crianças revelam sua capacidade de recriar imaginariamente as figuras e histórias da televisão, desde que disponham de tempo, espaço e liberdade para o convívio narrativo. Ao mesmo tempo, evidenciam-se problemas no estímulo à imaginação das crianças: de um lado, a tendência dos mais velhos ao silêncio, diante da modernização; de outro, a pobreza ética e estética das narrativas que lhes são acessíveis pela televisão.

1998 - MEDEIROS, Antonia Clarice de. *A Violência no Cotidiano das Crianças - a televisão e a influência dos super-heróis, heroínas, vilões e vilãs*. Dissertação - Universidade Metodista de São Paulo, 1998. ----- Inúmeros estudos tentam mostrar os pontos negativos relacionados à violência contida na programação dirigida ao público infantil. Constatam-se, também, esforços na tentativa de diminuir a polêmica em torno dessa questão, procurando minimizar a responsabilidade desse veículo de massa, no que diz respeito ao seu poder de persuasão. Nesse contexto, o trabalho em pauta procurou observar a reação do espectador infantil mediante a um espetáculo com alto grau de tensão. Para tanto, se fez necessário analisar o comportamento de algumas crianças, frente às cenas mais dramáticas, assistidas na fita "Batalha de Abel", parte integrante do seriado Cavaleiros do Zodíaco que é nosso objeto de pesquisa.

1998 - NATANSOHN, Leonor Graciela. *Educação e Meios de Comunicação: recepção e usos da televisão não educativa na Escola*. Salvador, 1998. Dissertação de mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia. ----- Este estudo tenta articular as relações entre dois campos: o do currículo escolar e do consumo televisivo. Para isso, o texto apresenta uma pesquisa sobre as formas como alunos e professores utilizam, na sala de aula, os discursos sobre a televisão não educativa. Nos dois primeiros capítulos tentamos delinear um panorama acerca das concepções que têm norteado a relação entre a comunicação e a educação: os paradigmas condutistas e os tecnicistas. Procuramos explicar o modelo teórico da linha denominada "Leitura Crítica dos Meios", para colocarmos em evidência a importância e desenvolvimento da relação entre as pesquisas de recepção e a educação. Refletimos, também, sobre as implicações teóricas e metodológicas da análise do consumo de meios perante a produção de hegemonia.

* **1998** – PASSOS, Aida Lúcia Melo Passos. *Comunitário: espaço simbólico de encontros e desencontros (o caso Pintadas – Bahia)*. Mestrado. Universidade Federal Rural de Pernambuco – Administração Rural e Comunicação Rural ----- A pretensão deste trabalho é recuperar os significados simbólicos que os pequenos produtores rurais participantes do Projeto Pintadas - implantado no município do mesmo nome, na região semi-árida baiana - atribuíram ao comunitário, durante a recepção dos discursos dos agentes externos (Igreja Católica, representada por sua ala progressista, e técnicos do Estado), idealizadores de uma proposta produtiva, cujas atividades e empreendimentos são totalmente comunitários. Assim, esta dissertação trabalha com a corrente teórico-metodológica das Mediações Culturais.

* **1998** – ROSO, Adriane Rubio Roso. *Ideologia e Relações de Dominação: um estudo de Recepção das propagandas de prevenção à AIDS*. Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul ONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL – PSICOLOGIA ----- Essa pesquisa é um coral conduzido por uma maestrina sensível, que escuta a todos os tipos de vozes. O deleite da música (pesquisa) deixa ao/à leitor/a liberdade suficiente para refletir sobre sua própria vida e interpretar o que é ouvido em palavras, pensamentos e emoções. As ondas vibrantes de som produzidas pelas cantoras indicam que a televisão é uma fonte importante de informação relacionada à AIDS. Embora elas acreditem que as campanhas não estimulem o uso do preservativo, as coralistas concordam e identificam-se com a maioria das mensagens e imagens das campanhas.

* **1998** – SAMPAIO, Cenira Almeida. *Comunicação e reconversão cultural: estudo de recepção de parceria da EMBRAPA pelos pequenos produtores rurais de São Tomé do Panela, Irituia, Pará*. 01/08/1998. Mestrado. Universidade Federal Rural de Pernambuco – Administração Rural e Comunicação Rural ----- O objetivo desta pesquisa é compreender como se estabelecem as relações de comunicação entre a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA, uma cultura técnica, hegemônica - e os pequenos produtores rurais de São Tomé do Panela, Irituia, Pará, envolvidos num processo de parceria. Especificamente, o que se pretende é analisar o uso que estes pequenos produtores rurais fazem da proposta de parceria da EMBRAPA, no seu cotidiano, mediatizados pela sua cultura - uma cultura popular, considerando-se as reconversões de seus códigos culturais nos códigos hegemônicos da EMBRAPA. Trata-se de um estudo de recepção que tem como referencial teórico as experiências de Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini.

1998 - SILVEIRA, Fabrício da. *Um ensaio sobre etnografia e Reflexividade nos estudos de recepção*. Porto Alegre, 1998. Dissertação de Mestrado - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do

Rio Grande do Sul. ---- Interessa-nos pensar a possibilidade de uma prática e de uma orientação reflexiva em função de uma pesquisa etnográfica sobre recepção televisiva. Procuramos criar e desenvolver o vínculo entre reflexividade, como postura epistemológica, e etnografia, como técnica e instrumento para a atuação empírica. De um lado, construímos uma problematização maior em torno da prática etnográfica, uma das fragilidades técnico-metodológicas e das deficiências temáticas dos estudos sobre a recepção. De outro, trazemos para o universo de indagações sobre o receptor a discussão sobre a idéia de reflexividade como reorientação e reposicionamento epistemológicos das Ciências Sociais contemporâneas. Empiricamente, procuramos dar forma a uma experiência etnográfica aplicada aos estudos de recepção cujo norte seja uma atitude de "vigilância reflexiva" uma experiência em que etnografia e reflexividade se achem amarradas no confronto com a prática de campo. Ao final, construímos um quadro teórico com o qual pensamos contemplar os dados empíricos.

1998 - VEIGA, Roberta Oliveira. *Comunicação e Cinema: imagens de um tempo*. Belo Horizonte, 1998. Dissertação de mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social - Universidade Federal de Minas Gerais. ---- Ao longo do trabalho buscou-se refletir sobre o cinema enquanto fenômeno comunicativo, com ênfase particular em sua imbricação com a vida social, bem como sobre a dimensão ficcional e imaginária por eles partilhada. Como problema específico, a proposta do trabalho foi conjugar Belo Horizonte e o cinema na década de 80, através da análise de nove filmes mais lembrados pelos espectadores desse contexto. Como contribuição para o estudo da comunicação, o trabalho buscou lançar luz sobre a noção de reversibilidade, que caracteriza o processo de produção e recepção do cinema como global e imerso na dinâmica social. As instâncias da comunicação foram analisadas de forma relacional, ou seja, cada uma delas se constituindo enquanto tal na relação comunicativa.

* **1999** - ARAÚJO, Jussara Rezende. *O discurso do Xamã e do lugar de onde fala: estudo de comunicação e mediações em culturas excluídas*. 01/10/1999. Doutorado. Universidade de São Paulo - Ciências da Comunicação ---- Fundamentando-se em Lucien Goldmann, Jesús Martín-Barbero, Michael Taussig e nas teorias da análise do discurso, investigamos o potencial de algumas teses sobre comunicação com plantas de poder e horizontes-limites. As pesquisas multidisciplinares e de recepção têm demonstrado que evasão não é fuga. Ela tem uma dimensão poética que podemos estudar com o objetivo de entendermos como estamos reiterando nosso códigos de costumes, como estamos re-elaborando nossos mitos, como estamos mediando imaginário e construção do futuro. Nosso recorte é a comunicação xamânica do Santo Daime de Raimundo Irineu Serra e Sebastião Mota de Meio e pesquisas que realizamos em comunidades do Santo Daime no Brasil.

* **1999** - CHAVES, Jenny María Valverde. *A telenovela brasileira e a agenda moral coletiva*. 01/12/1999 1v. 165p. Mestrado. Universidade Federal do Rio de Janeiro - Comunicação ----. A telenovela brasileira: suas origens, suas influências, as características da sua produção, seu sucesso. A produção de sentido e a descoberta do campo da recepção no processo da comunicação. A mediação dos meios de comunicação: a imprensa como agendadora social e o vínculo da telenovela com a experiência moral coletiva na sociedade brasileira. As cartas de leitor dos jornais dedicados à televisão como discurso de recepção particular: sua enunciação a respeito dos assuntos próprios ao campo da moral coletiva. O caso da telenovela "Torre de Babel" e as cartas publicadas sobre ela na seção dominical da "Revista da TV" do jornal O Globo.

* **1999** - CORAZZA, Helena . *"Comunicação e Relações de Gênero em Práticas Radiofônicas da Igreja Católica no Brasil"*. 01/10/1999. Mestrado. Universidade de São Paulo - Ciências da Comunicação ---- Esta pesquisa tem por objetivo estudar como se dão as Relações de Gênero a partir de emissoras de rádio católicas do Brasil. Com os referenciais teóricos dos Estudos Culturais, a pesquisa empírica em duas emissoras, uma no Norte e outra no Sul do País, levanta indicativos de como, pelas práticas de recepção, os ouvintes, homens e mulheres, se posicionam frente aos programas e como identificam, pela cultura e pelas relações de poder, possíveis mudanças na liderança da mulher, tanto na sociedade quanto na radiodifusão católica.

* **1999** - DUARTE, Aldimar Jacinto. *A Escola Pública como Espaço de Mediação na Recepção de Programas Televisivos*. Mestrado. Universidade Federal de Goiás - Educação ---- Este trabalho é fruto de um estudo realizado, no ano de 1998 com um grupo de estudantes em duas escolas da rede pública de ensino em Goiânia. Tem como objetivo buscar compreender como essas instituições de ensino têm se colocado como mediadoras no processo de recepção das mensagens televisivas pelos estudantes. Realizou-se também, com os educandos, sessões de videogravações, nas quais pôde-se, com base na discussão de programas televisivos com grupo de alunos, compreender como realizam a recepção desses programas e como a escola, como instituição socializadora, aparece como mediadora. Buscou-se elementos da teoria da comunicação, basicamente na perspectiva das novas teorias da recepção e, da educação, no método dialógico de Paulo Freire e na pedagogia radical de Gioroux.

1999 - GOMES, Angela Nelly dos Santos. *Gente que paga TV: o telespectador da TV por assinatura no Brasil*. São Paulo, 1999. Dissertação de Mestrado em Comunicação; Universidade Metodista de São Paulo. ---- Estudo de caráter exploratório que analisa a relação espectador/televisão no modelo de TV por assinatura adotado atualmente no Brasil (1991/1998), a fim de compreender o comportamento, hábitos, opiniões, atitudes e preferências do telespectador brasileiro neste ambiente, diante das especificidades do meio. O estudo buscou dados para avaliação do comportamento e percepção do telespectador-assinante em relação à forma e conteúdo programático da TV paga. Para chegar a esses dados, o estudo tem como principal elemento de investigação uma pesquisa qualitativa junto a espectadores-assinantes na cidade de São Paulo, baseada em entrevistas em profundidade. Além disso, através de levantamento bibliográfico, traça um histórico desse modelo de televisão e seu surgimento no Brasil como contextualização das mudanças apontadas no sistema

televisivo. Os resultados mostram, entre os principais aspectos, que a segmentação cada vez maior dos canais de televisão leva à individualização da audiência, e conseqüentemente, à redução da importância das grandes emissoras convencionais no cotidiano do telespectador, como ocorre com o rádio.

1999 - GRISA, Jairo Ângelo. *Os Sentidos Culturais da Escuta: Rádio e Audiência Popular*. Porto Alegre, 1999. Dissertação de mestrado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. - Investigação de caráter exploratório que versa sobre o encontro do cotidiano da vida de um nível menos formalizado da sociedade, com uma instituição cultural, de determinada trajetória histórica e configuração atual específica: uma rádio de audiência popular sediada em Porto Alegre. Inscreve o estudo de rádio no âmbito da cultura, dentro de uma noção "complexa e totalizadora", buscando compreender a relação entre o meio de comunicação, um de seus comunicadores e um grupo de mulheres ouvintes. Vale-se da pertinência de métodos qualitativos nos estudos de comunicação optando pela história oral e pelas técnicas de história de vida e "biografia radiofônica" vinculadas a esse método, para construir narrativas que contemplem questões contextuais e específicas da vida dos sujeitos. Trabalha com um "sistema aberto de informações", transitando permanentemente entre os campos empírico e teórico para revelar os sentidos.

1999 - MASCARELLO, Fernando Soares. *Viva Glauber, viva Hollywood: por uma teoria do espectador cinematográfico*. Porto Alegre, 1999. Dissertação de Mestrado; Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. ---- O presente trabalho propõe a construção de uma plural do espectador cinematográfico, que tenha como conseqüência mais imediata a afirmação do prazer espectral com o cinema de massa ou comercial. A elaboração teórica apresenta-se como uma triangulação entre as teorias contextuais da recepção e o pensamento sociológico pós-moderno de Michel Maffesoli, com a intenção de intervir sobre os binarismos e reducionismos da teoria modernista-política dos anos 70 que ainda hoje sobrevivem na teoria do cinema.

* **1999** - MORTARI, Elisângela Carlosso Machado. *Terras Estrangeiras: proposta de análise semiológica das ofertas midiáticas na trajetória de migrantes gaúchas e nordestinas*. 01/09/1999. Mestrado. Universidade Federal do Rio de Janeiro - Comunicação ---- Este estudo focaliza as migrantes gaúchas e nordestinas no Centro de Tradições Gaúchas e na Feira de São Cristóvão (RJ), verificando as práticas sociais e culturais legitimadas através das ofertas televisivas. A proposta é trabalhar sob um novo método investigativo que se vale de observações etnográficas e dos estudos da semiologia dos discursos. Através da metodologia, analisa-se os programas de auditório apresentados por Ana Maria Braga, confrontando o discurso da mídia televisiva com o da recepção migrante.

1999 - PAULINO, Roseli Fígaro . *Estudo de Recepção: O Mundo do Trabalho como Mediação da Comunicação*. São Paulo, 1999. Tese de doutorado; Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo. ---- Este estudo tem como objetivo compreender as mediações presentes no processo comunicacional de trabalhadores metalúrgicos do chão de fábrica, sindicalizados, com primeiro grau incompleto, empregados de uma grande empresa montadora de veículos da região do ABCD paulista. Esta pesquisa tem como referencial teórico a tradição dos fundadores de estudos culturais e a abordagem das mediações, proposta por Jesús Martín-Barbero e combina a pesquisa qualitativa, com a quantitativa e Análise do Discurso. O objetivo é compreender a recepção dos meios de comunicação a partir da mediação do mundo do trabalho.

1999 - PINHEIRO, Francisco de Moura . *Impactos de veículos de comunicação de massa numa reserva extrativista no Estado do Acre*. Brasília, 1999. Dissertação de Mestrado; Universidade de Federal de Brasília. --- - Esta dissertação aborda os impactos de veículos de comunicação de massa numa Reserva Extrativista (Chico Mendes, no município de Xapuri) no Estado do Acre. Trata-se de uma abordagem comparativo/exploratória, tendo como base prática a convivência com os povos da floresta acreana e como base teórica a hipótese do Agenda Setting. Além dos objetivos de proceder um levantamento histórico/antropológico do processo de povoamento da região, bem como proceder um levantamento/mapeamento da incidência dos veículos de comunicação de massa na Reserva Extrativista Chico Mendes, este estudo tem a pretensão de identificar como se dá e qual o tipo de penetração da mídia dita de massa numa comunidade ainda totalmente alheia aos modernos recursos tecnológicos a serviço da comunicação no mundo contemporâneo. Há, por fim, um breve histórico do veículo rádio, o único a alcançar a comunidade envolvida na pesquisa. Adendo considerado importante pelo autor, por duas razões: respaldar a afirmação/ tese proposta e subsidiar uma eventual formulação de temas/problemas, a partir do mesmo elemento.

1999 - PINTO, Cristiane Carvalho . *Reconhecendo o canal de conhecimento: um estudo dos contratos de leitura do canal Futura e da recepção de sua programação*. Rio de Janeiro, 1999. Dissertação de Mestrado; Universidade Federal do Rio de Janeiro. ---- Estudo dos contratos de leitura de programas educativos do Canal Futura e da recepção desta programação, como modo de compreender a construção do receptor na produção de sentidos do discurso midiático. Inicialmente, a análise situa a TV brasileira a partir de sua evolução até chegar na televisão temática, para compreender sua linguagem atual com base em seu histórico de estruturação, enquanto meio de comunicação. Em seguida, o Canal Futura é apresentado através de sua gestão e formatação, configurando o espaço enunciativo onde serão analisados os contratos de leitura dos programas. Através do embasamento teórico referendando na construção do receptor pela produção de sentidos e de contratos de leitura, efetiva-se a análise dos contratos negociados com a recepção.

1999 - PIRES, Elizabeth Rodrigues. *Modos de recepção: entre usos e hábitos: uma análise do deslocamento do usuário pela rede de programação da TV a cabo*. Belo Horizonte, 1999. Dissertação de mestrado; Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Minas Gerais. ---- A pesquisa procura explicar como

a nova tecnologia de distribuição de sinais de TV desenvolve novos agenciamentos sociotécnicos, bem como reafirma formas de manuseio conhecidas. O referencial teórico é construído a partir de uma revisão dos estudos da comunicação e dos novos paradigmas postos para a área. A dimensão técnica do objeto é analisada a partir da abordagem de Pierre Lévy sobre tecnologias da inteligência. O fenômeno dos modos de recepção conduz ao diálogo com a tradição dos estudos de recepção, destacando a distinção do recorte. As noções de uso (Michel De Certeau) e hábito (Pierre Bourdieu) são eleitas como norteadoras na descrição que empreendemos do deslocamento do usuário pela rede de programação da TV a cabo. A pesquisa de campo foi realizada através de entrevistas semi-estruturadas com 16 grupos familiares assinantes da TV a cabo em Belo Horizonte. A análise dos dados procura recuperar as regularidades e particularidades significativas dos trajetos traçados pelos entrevistados no manuseio que eles fazem da TV

* **1999** – SERRALVO, Francisco Antônio Serralvo. *A Influência das Marcas na Formação Cultural dos Usos e Costumes*. 01/03/1999 1v. 266p. Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo ---- Ciências Sociais - Partindo da premissa que todo comportamento de compra é socialmente motivado procura-se entender os fundamentos do consumo de marcas, mais especificamente a lealdade a marcas - ou compras continuadas -, sendo o objetivo final do trabalho a construção de uma síntese: o modelo teórico da adoção (ciclo da lealdade). Os sujeitos da pesquisa, eleitos pelo critério de amostragem não probabilística por conveniência constituem-se de cinco(5) unidades familiares (Ufs) amparados nos critérios desenvolvidos pela fundação SEADE para a pesquisa de condições de vida (CPV) realizada na região metropolitana de São Paulo (RMSP). A dinâmica do consumo vista pela ótica da dimensão social, enfoca as representações sociais e seus atores: produção, recepção e circulação.

* **1999** – SILVA, Rogério Correia da. *A televisão sob o olhar da criança que brinca: a presença da televisão nas brincadeiras de crianças de uma creche comunitária*. 01/10/1999. Mestrado. Universidade Federal de Minas Gerais – Educação ---- Este trabalho teve como objetivo estudar a presença da televisão nas brincadeiras da criança. Para isso desenvolvemos um estudo de caso de cunho etnográfico junto a uma creche comunitária da periferia da cidade de Belo Horizonte. Utilizamos a observação participante como estratégia de registro de suas brincadeiras. Verificamos através da pesquisa as várias formas com que as crianças se apropriam dos elementos televisivos resignificando-os em suas brincadeiras.

* **1999**- SILVA, Norberta Melo Silva. *O Domingo do Faustão e a Religiosidade Popular: televisão e mediações culturais- o caso Sítio Logradouro - Bezerros*. 01/04/1999. Mestrado. Universidade Federal Rural de Pernambuco – Administração Rural e Comunicação Rural ---- Este estudo tem por principal objetivo compreender o processo de mediação entre a televisão e a religiosidade popular na comunidade de Sítio Logradouro, do município de Bezerros - PE. Buscou-se ainda a compreensão dos usos sociais em que um grupo de mulheres dessa população faz das mensagens do programa " Domingão do Faustão", pela via de sua própria religiosidade católica. O modelo teórico-metodológico utilizado foi o das Mediações Culturais desenvolvidos pelos autores latino-americanos como Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini e Orozco Gómez.

* **2000** – HARTMANN, Atílio Ignácio. *Religiosidade e mídia eletrônica - a mediação sócio cultural religiosa e a produção de sentido na recepção de televisão*. Doutorado. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - Um dos fenômenos mais marcantes do momento é a explosão da religiosidade na mídia eletrônica, particularmente na televisão. Este quadro ancora uma pesquisa empírica qualitativa que trabalhou com um grupo de pesquisa composto por duas famílias, um grupo de jovens e três especialistas e que busca responder a uma questão fundamental, objeto deste trabalho: na recepção televisiva, é a mediação sociocultural religiosa um espaço de produção de sentido para as pessoas?

* **2000** – OTTA, Daniela Cristiane. *Hora do fazendeiro- estudo de recepção de rádio na comunidade negra Furnas de Boa Sorte-MS*. 01/09/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO - COMUNICAÇÃO SOCIAL ---- Para os moradores da Comunidade Negra Furnas de Boa Sorte o programa Hora do Fazendeiro transmitido pela rádio AM Educação Rural é a ligação com as demais localidades do Estado, já que a programação é voltada para a transmissão de recados. Analisar como os moradores recebem a programação buscando conhecer as possíveis interferências no cotidiano, as formas de decodificação das mensagens recebidas pelo rádio e os aspectos da identidade cultural deste grupo social, foram alguns dos objetivos propostos no trabalho. Para o desenvolvimento do estudo optou-se pela pesquisa qualitativa, seguindo orientações da história oral.

* **2000** – NAMBURETT, Denise Marília Augusto Dias. *Rádio Comunitária de Angonia: um estudo de recepção em Moçambique*. 01/02/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - COMUNICAÇÃO ---- No contexto de mudanças sociais catalisadas pelos programas de desenvolvimento social em Moçambique, no período pós-guerra, a implementação de meios de comunicação em áreas rurais e a mediação cotidiana por eles proporcionada têm adquirido proporções significativas pelas particularidades inerentes às comunidades rurais onde estão sendo instalados. Neste processo, a participação comunitária aparece como sendo o expoente máximo deste projeto, na medida em que a permanência das rádios dependerá da condição auto-sustentável.

* **2000** – MARCOVITCH, Elizabeth Speers. *A Linguagem Universal - A Comunicação Transcultural nas Sociedades Globalizadas*. 01/03/2000. Mestrado. FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL CÁSPER LÍBERO - COMUNICAÇÃO E MERCADO ---- O objetivo deste trabalho é fazer uma reflexão sobre a possibilidade de uma linguagem universal. A televisão passa a ser o veículo de maior penetração devido a sua linguagem imagética, velocidade entre a transmissão da mensagem e a sua recepção, e sua abrangência planetária. Para a superação

deste ruído universal temporário foi sugerida a utilização das estruturas psíquicas universais na criação das mensagens globalizadas que propiciariam uma comunicação transcultural.

* **2000** – RIBEIRO, Enaldo Souza Lima. *A comunicação e o marketing no processo de decisão de compra: Um estudo de caso sobre padrões de consumo dos jovens em Belo Horizonte e a influência da comunicação e do marketing no processo de compra*. 01/12/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - COMUNICAÇÃO ---- Pretendo dimensionar, a partir de um estudo com jovens de 15 a 24 anos, classes AB/CD, homens e mulheres em Belo Horizonte, a relação da comunicação e do marketing no processo de decisão de compras de roupas. A conclusão pondera esses dois modos de ver a comunicação, mais especificamente a recepção entre os jovens, pontuada e relacionadas com os fatores que afetam essa decisão de compra/recepção da mensagem, tais como os culturais, sociais e econômicos.

* **2000** – FRANCISCO, Fátima de Azevedo. *A Cultura do Escândalo na Mídia Informativa (Um Foco na Presidência: de Fernando a Fernando)*. 01/04/2000 . Doutorado. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA ---- Trata-se de um trabalho sobre os processos de emissão e recepção de mensagens jornalísticas de teor sensacionalista, notadamente de caráter escandaloso. A partir de uma investigação sobre o conceito de escândalo e sua aplicação em alguns períodos da história humana, chega-se a uma análise dos parâmetros da cultura do espetáculo, que atinge sobretudo o público juvenil da modernidade. Essa investigação é feita utilizando-se de métodos da sociologia, como análise de conteúdo, observação participante, experiência de campo e, em alguns momentos, de análise de discurso, partindo-se sempre de conceitos definidos pelas teorias da Comunicação de origem pragmática e também dos mecanismos de leitura oferecidos pela Semiótica da Cultura, de origem eslava e alemã.

* **2000** - CAMARA, Lilian Martins Zaremba da. *Divergências convergentes: a nova cultura radiofônica*. 01/12/2000. Doutorado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - COMUNICAÇÃO ---- Padronização de mensagens, economia de recursos, globalização de mercados, reengenharia de produção, novas tecnologias de transmissão e recepção, são alguns passos nessa coreografia veloz da convergência tecnológica da qual resulta um novo modelo de comunicação-informal. Entre os canais expostos ao processo, a radiodifusão enfrenta o novo paradigma digital como um medium em busca de sua identidade. Esta pesquisa se propôs a reunir conceitos e propostas teóricas inovadoras, mapeando algumas das principais questões componentes desta que vem a ser uma nova cultura radiofônica.

* **2000** - SILVA, Maria Cristina Viñas Gomes da. *Imprensa e Educação Ambiental: um estudo sobre a contribuição da mídia*. 01/09/2000. Mestrado. FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - EDUCAÇÃO AMBIENTAL ---- Esta pesquisa tem por objetivos (1) avaliar o papel exercido pela mídia, em especial pelos jornais, na modificação do imaginário coletivo no que se refere à delicada relação entre o desenvolvimento econômico e o meio ambiente; (2) examinar o papel que tais jornais tiveram no processo de educação ambiental; (3) contextualizar a dissonância cognitiva provocada por tal discurso jornalístico no período compreendido entre o início de 70 e a Segunda metade dos anos 90 no tocante à mudança do paradigma de desenvolvimento econômico.

* **2000** - MARIÂNGELA SÓLLA LÓPEZ. *Com a cara e a coragem. Para ouvir as vozes da comunidade ribeirinha de São Gonçalo, Mato Grosso*. 01/05/2000 1v. 116p. Mestrado. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO --- O trabalho articula dois eixos de ação: o rádio, como objeto de estudo para compreender a cultura de uma sociedade e os estudos de recepção, como perspectiva de análise. A pesquisa aborda a lógica da produção de mensagens radiofônicas e a lógica do consumo dos meios pela audiência para estudar o processo de recepção do programa "Com a Cara e a Coragem" na comunidade ribeirinha de São Gonçalo, em Cuiabá, Mato Grosso. Trata-se de um estudo qualitativo de interpretação da audiência, que parte da recepção e toma como mediações a cultura e o território para entender como acontecem os processos de negociação de sentidos e de apropriação de significados pelos ouvintes.

* **2000** - STERTZ, Marilene. *O Rádio nos Assentamentos Rurais - um estudo do rádio nos assentamentos do município De São Miguel do Oeste, SC*. 01/09/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO - COMUNICAÇÃO SOCIAL ---- Esta pesquisa teve como objetivo conhecer qual o papel do rádio no meio rural. Serviu como categoria de análise a tipologia sugerida por Guillermo Orozco que considera a presença das mediações individuais, institucionais, situacionais e radiotecnológicas. Para a obtenção das informações usou-se a entrevista semidirigida, fundamentada nos pressupostos da pesquisa qualitativa, como também a pesquisa documental e bibliográfica. Chegou-se à conclusão de que o rádio no meio rural é a principal fonte de informação e ao mesmo tempo serve de companhia e diversão.

* **2000** - SIEWERDT, Maurício José. *Da cultura como mediação à mediação como cultura política: um estudo de recepção com educadores do MST frente aos recursos audiovisuais*. 01/06/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - EDUCAÇÃO ---- A presente pesquisa objetiva explicitar as bases teóricas e metodológicas, como também os resultados de um estudo de recepção, que foi realizado junto a um grupo de professores de três escolas articuladas com o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra - MST. Como resultado desse trabalho, foi observado que a Educação Popular pode encontrar uma significativa parceria investigativa com a Moderna Tradição Latino Americana dos Estudos de Recepção. E, ao investigarmos os professores através da categoria 'mediação', podemos nos dar conta dos sentidos e dos modos como os professores significam as mídias. Estas mediações, produto da experiência cultural e política destes

professores, manifestam-se na forma do engajamento em torno de um projeto de ruptura do discurso hegemônico, na direção da construção de uma cultura profundamente marcada pelo político.

* **2000** - TOSCHI, Mirza Seabra. *Formação de Professores Reflexivos e TV Escola: Equívocos e Potencialidades em um Programa Governamental de Educação a Distância*. 01/03/2000. Doutorado. UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA - EDUCAÇÃO ---- É um estudo da política educacional de formação de professores, iniciada em 1995, e tem como foco o programa de educação a distância, TV Escola, de formação docente no local de trabalho, isto é, na escola. (...) Finalmente, na dimensão micro discute-se a recepção dos vídeos da Série Educação do Programa TV Escola, de forma a conhecer as múltiplas mediações intervenientes no processo de recepção, e se os programas atendem às necessidades formativas dos professores, especialmente no tocante à tentativa de formação de um professor reflexivo - retórica presente na política educacional.

* **2000** - BRUCK, Mozahir Salomão. *Jornalismo radiofônico e vinculação social: o receptor pressuposto no radiojornalismo de Belo Horizonte*. 01/10/2000 Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - COMUNICAÇÃO ---- A dissertação é uma problematização do recepção no jornalismo radiofônico. Com o objetivo de verificar as operações de reconhecimento, pertencimento e vinculação social do ouvinte. Além disso, investigar como o campo da oferta estabelece a partir da figura do receptor ideal estratégias discursivas para a efetivação de diversos e complexos contratos de comunicação.

* **2000** - BARBOSA, Nanci Rodrigues. *"Mediação e negociação de sentido em práticas de educação a distância voltadas à formação profissional"*. 01/04/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- Esta pesquisa discute os processos de mediação e negociação de sentido nas práticas de recepção de projetos de educação a distância voltados à formação profissional. Partindo do pressuposto de que as práticas de educação a distância podem ser inovadoras, caso consigam superar o caráter informacional e o isolamento em relação ao universo cultural do aluno, buscou-se investigar como as relações entre conteúdo e práticas dos cursos interagem com o cotidiano do aluno. O trabalho pauta-se pela concepção de que a modernidade envolve racionalidade e subjetividade, e o enfoque dos estudos culturais orientou a pesquisa que contempla os campos da comunicação, da educação e do mundo do trabalho. A pesquisa empírica foi realizada junto a alunos que acompanhavam o curso em sistema de recepção aberta e em telepostos do Telecurso 2000 - Profissionalizante de Mecânica

* **2000** - MALDANER, Nilse Maria. *Os jovens e a recepção da publicidade televisiva*. 01/09/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO - COMUNICAÇÃO SOCIAL ---- Este estudo de recepção analisa a interação que se estabelece entre jovens adolescentes e mensagens publicitárias televisivas específicas. Verificou-se se os sentidos produzidos pelos receptores a partir das mensagens publicitárias vão ao encontro dos propostos pelo emissor, observando-se as mediações. Para tanto, foi aplicado um questionário junto à amostra de jovens receptores e realizadas duas discussões em grupo, além de "ouvir" a fala dos publicitários que criaram os comerciais selecionados, sendo, posteriormente, comparada com a fala dos jovens adolescentes.

* **2000** - OLIVEIRA, Pedro Pinto de. *Brejinho, "Terra Nostra": recepção de telenovela em uma comunidade rural do Pantanal de Mato Grosso*. 01/05/2000 - Mestrado. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- O presente trabalho faz, com base em uma pesquisa qualitativa, a interpretação do processo de interação da televisão/telenovela no cotidiano de receptores que só recentemente, a partir de maio de 1997, passaram a ter televisão, como principal meio de comunicação e alternativa de lazer. O trabalho partiu do estudo das mediações múltiplas que se estruturam no cotidiano, desenvolvido entre outros por Guillermo Orozco Gomez. Investigou-se o processo de recepção da telenovela das oito da Rede Globo, "Terra Nostra", entre pessoas do grupo social que vive em Brejinho, comunidade rural do município de Santo Antônio de Leverger, na região do pantanal de Mato Grosso, a 142 quilômetros da capital, Cuiabá.

* **2000** - SANTOS, Raldianny Pereira. *Rainha do Lar versus Mulher Independente: as representações sociais de casamento e trabalho elaboradas por mulheres a partir da recepção de telenovela*. 01/10/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO - ADMINISTRAÇÃO RURAL E COMUNICAÇÃO RURAL ---- O objetivo deste estudo é buscar compreender o processo de apropriação e/ou resistência da mulher. de contexto popular frente às mensagens televisivas. Concretamente, a proposta se traduz em investigar a relação da telenovela com as práticas cotidianas e culturais de uma comunidade rural O modelo teórico-metodológico aplicado é o das mediações. desenvolvido lia América Latina por pesquisadores como Jesús Martín-Barbero, na Colômbia. e Guillermo Orozco Gomez, no México.

* **2000** - GOROVITZ, Sabine - *A Legendagem e a Participação do Espectador na construção da mensagem cinematográfica*. 01/12/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - COMUNICAÇÃO ---- O presente trabalho consiste em uma reflexão sobre o fenômeno de interação entre a mensagem fílmica recebida em língua estrangeira legendada e o espectador, tendo como objetivo geral determinar como a legendagem intervém no espectador no momento da recepção do filme e quais os mecanismos de participação despertados. Para tanto, este trabalho se vale de duas vertentes que fundamentam a questão: por um lado, observa os processos mentais de construção da mensagem fílmica assim como os aspectos psicológicos subjacentes ao fenômeno, por outro lado, aborda a questão a partir do aspecto social e de uma determinada conjuntura cultural. Como hipótese central, admite-se que o espectador, ao interagir com o filme legendado, desfruta de um espaço de participação ampliado. Entende-se que na leitura da obra o sujeito preenche "vazios" de compreensão, complementando e intermediando a mensagem com sua imaginação e subjetividade.

* **2000** - CRUZ, Sérgio de Souza. *Plantando Ondas Comunitárias: Estudo de Recepção da Rádio Comunitária 95 FM pelos reassentados de Pedra Branca, na Bahia..* 01/04/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO - ADMINISTRAÇÃO RURAL E COMUNICAÇÃO RURAL ---- O objetivo deste trabalho é compreender como os(as) agricultores reassentados(as) do Projeto de Irrigação Pedra Branca, Município de Curaçá(BA), usam as mensagens da Rádio Comunitária 95 FM. Neste estudo de caso que contempla a produção de sentido das mensagens do rádio pelos agricultores reassentados em seu cotidiano, o referencial teórico-metodológico são os estudos de recepção, na perspectiva das mediações culturais, desenvolvidos pelos pesquisadores Jesús Martín-Barbero. Guillermo Orozco e Néstor Garcia Canclini.

* **2000** - ROCHA, Simone Maria. *"Os meios de comunicação como organizadores da cultura"*. 01/02/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS - SOCIOLOGIA ---- Essa dissertação teve como objetivo refletir acerca do papel dos meios de comunicação sociedade moderna ocidental a partir dos anos 30. Através da investigação da relação que o agente estabelece com a estrutura social na qual está inserido a partir das mensagens e bens culturais que recebe, pretendemos reconhecer a contribuição que o estudo do fenômeno dos media pode dar à teoria social. Palavras-chave: meios de comunicação; teoria social; agente; estrutura social;

* **2000** – MOTA, Valdecy Cavalcanti Sodre da. *Cotidiano e Imaginário dos Moradores de Serra Velha - Timbaúba- PE Frente ao Impacto as Novas Tecnologias.* 01/09/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO - ADMINISTRAÇÃO RURAL E COMUNICAÇÃO RURAL ---- Nossa pesquisa teve a pretensão e a finalidade de apreender o cotidiano dos moradores de Serra Velha, município de Timbaúba - PE, após o processo de eletrificação, implantado em 1994, bem como a utilização de novas tecnologias promovidas por tal processo, a exemplo de eletrodomésticos, televisão, antena parabólica, entre outros, influenciando a construção do imaginário da comunidade. A importância do estudo está relacionada diretamente com a necessidade de se conhecer a vida cotidiana dos agricultores, o imaginário construído acerca do papel das novas tecnologias, especialmente no que diz respeito à comunicação rural. Trabalhamos com as categorias de cotidiano, imaginário e consumo, desenvolvidas sob o apoio das novas teorias em comunicação, onde a recepção é o espaço da ressignificação, da criação de novos sentidos.

* **2000** – GUERIN, Yhevelin Serrano. *Trajectoria dos Receptores: História de Vida e Resgate das Mediações.* 01/12/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO -- -- O estudo mostra a importância da técnica de história de vida na pesquisa em comunicação, principalmente nos estudos de recepção. O trabalho se utiliza das mediações, propostas por Martín-Barbero, para mostrar que a análise das mediações deve ser realizada considerando-se a história de vida do receptor. Trata-se de um exercício teórico-metodológico que aproxima a técnica de história de vida e o conceito de mediação. O objetivo geral é identificar a temporalidade social, cotidianidade familiar e competência cultural, considerando a história de duas pessoas, para explicar como elas se tornaram receptores.

***2000** – VASCONCELOS, Geni Amélia Nader. *"O que o jovem fabrica com o que a TV produz? - um estudo da recepção como negociação de sentido"*. 01/12/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – EDUCAÇÃO ---- Esta pesquisa investiga as relações que os jovens estabelecem com a televisão. Permite observar como os jovens retrabalham o que a TV produz e, em função de suas experiências, de seu dia-a-dia concreto, real, vivido e das múltiplas mediações às quais estão vinculado, fabricam e inventam, fazendo do consumo uma atividade criativa. Ao trazer à tona a capacidade de resistência do público, essa dissertação possibilita combater alguns estereótipos presentes em discussões relativas ao veículo estudado e fornece pistas para se levantar questionamentos sobre o modo de se fazer e se pensar a educação.

* **2000** –TONIAZZO, Gladis Salete Linhares. *A Influência da Televisão na Imaginária dos Índios Terena em Campo Grande - MS.* 01/09/2000. Mestrado. UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO - COMUNICAÇÃO SOCIAL ---- Este trabalho aborda a influência exercida pela televisão (telenovela Terra Nostra) na vida dos habitantes da aldeia urbana "Marçal de Souza", formada por indígenas da tribo Terena, localizada no Bairro Tiradentes, em Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Baseia-se nos estudos de recepção desenvolvidos a partir da perspectiva latino-americana tendo sido adotados principalmente referenciais teóricos de Jesús Martín-Barbero, Néstor Garcia Canclini e Guillermo Orozco. O instrumental utilizado foi a observação não-participante, com visitas semanais regulares e entrevistas semi-estruturadas. As conclusões, de um modo geral, indicam que o hábito de assistir à televisão ainda está em fase de formação na vida dos indivíduos em estudo, e em consequência a sua influência não é determinante na mudança dos costumes.

* **2001** – MELO, Adriana Magalhães Alves de. *A Criança que Aprende Divertindo-se e a Tela que Diverte Educando: A Recepção Infantil de Programas de TV Educativos.* Mestrado. UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - EDUCAÇÃO ---- O surgimento de estudos a partir da perspectiva dos receptores tem contribuído para uma melhor compreensão da relação criança e televisão. Constatou-se que a aliança entre o lúdico da televisão e o educativo é chave do sucesso para a educação via televisão junto ao público infante-juvenil. O presente estudo tem por objetivo compreender como as crianças estão recebendo este tipo de programa, que ensina divertindo, mais especificamente em relação à educação ambiental. Para melhor delimitar o trabalho, foi escolhida a novela infantil Flora Encantada, exibida no programa Angel Mix, da rede Globo, de outubro de 1999 a março de 2000, que buscava uma integração entre educação ambiental e televisão, cuja recepção será examinada, para que se busque compreender as leituras que as crianças fazem. Mapear, enfim, a recepção infantil frente ao programa.

* **2001** – GONÇALVES, Carlos Pereira. *Cinema Brasileiro nos Anos 90: decepção, mediações e consumo cultural dos paulistanos.* Mestrado. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - CIÊNCIAS SOCIAIS ---- O

presente trabalho pretende investigar o processo e as práticas de recepção do filme *O Primeiro Dia* (1999) Walter Salles e Daniela Thomas, por parte de moradores da cidade de São Paulo. Trata-se, metodologicamente, de uma pesquisa qualitativa apoiada num levantamento de dados primários, que contou com duas etapas de coleta de informações. Esta metodologia de trabalho foi elaborada dentro da perspectiva teórica das Mediações, cujo expoente principal é Jesus Martín-Barbero, e busca elaborar uma análise integrada de temáticas tais como mercado de bens simbólicos, o papel cultural e mercadológico dos meios de comunicação, os gêneros ficcionais e o cotidiano que, tradicionalmente, em estudos desenvolvidos nesta área de conhecimento, tem recebido tratamento segmentado.

* **2001** - ULO, Bernardo Poma. *Rádio: fronteiras culturais e cotidianos reconstruídos*. 01/12/2001. Mestrado. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- Esta pesquisa se desenvolve no âmbito das migrações populacionais na América Latina, especificamente, no percurso de bolivianos que procuram um espaço laboral, social e cultural na maior cidade da América do Sul: São Paulo. A perspectiva teórico-metodológica adotada é a dos estudos culturais de recepção. A partir disso, o objeto da pesquisa constitui a relação/interação desses imigrantes com os meios de comunicação da sociedade local, tomando como ponto de partida os programas em espanhol do rádio paulistano.

* **2001** - BETHÔNICO, Jalver Machado. *A Articulação dos Signos Audiovisuais*. 01/08/2001. Doutorado. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA ---- Este trabalho propõe um sistema de classificação que considera amplamente as articulações dos signos audiovisuais, explorando as possibilidades explanatórias dessas relações e aprofundando-se no estudo da montagem de sentido dos signos interpretantes gerados na instância da recepção. Delimitamos necessidades e características dos estudos no audiovisual para desenvolvermos um conhecimento sistematizado deste universo do sentido, em termos de processos inferenciais e gestálticos. A perspectiva geral é a de fornecer um saber que viabilize uma prática e que contribua para a satisfação das crescentes necessidades de comunicação e expressão do ser humano.

* **2001** - MAZZARINO, Jane Márcia. *A Cidadania da Escuta: os ouvintes como produtores de sentido, inseridos no processo comunicacional mediado pelo rádio - um estudo de caso do programa "Acorda Rio Grande"*. 01/10/2001 1v. 247p. Mestrado. UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO --- A cidadania da escuta - os ouvintes como produtores de sentido, inseridos no processo comunicacional mediado pelo rádio é um estudo de caso do programa Acorda Rio Grande, da Rádio Independente - Lajeado RS. Uma pesquisa de base empírica, que analisa os processos midiáticos inseridos na dinâmica do contexto sociocultural, levando em conta os movimentos de mediação, estratégias e táticas relativas à midiaticização, e as diferentes leituras feitas pelos ouvintes sobre os mesmos textos midiáticos. Mesmo dando ênfase ao pólo da recepção, esta dissertação privilegiou o espaço intersticial, onde encontram-se os sentidos da produção radiofônica e dos ouvintes.

* **2001** - BONIN, Jiani Adriana. *Identidade étnica, cotidiano familiar e telenovela*. 01/10/2001. Doutorado. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- Este trabalho contempla a recepção de um produto cultural específico, a telenovela (*Suave Veneno*), por famílias camponesas portadoras de uma cultura étnica (famílias alemãs e italianas). A pesquisa situa-se na linha dos estudos latino-americanos de recepção e encontra seu fundamento teórico principal na proposta das Mediações de Martín-Barbero (1997). Em relação à mediação Identidade Étnica, a pesquisa demonstrou a organização da identidade social das famílias em dois planos inter-relacionados: o da identidade camponesa e o da identidade propriamente étnica, levantando os principais critérios de pertencimento e distinção que fundam estas identidades. A telenovela revelou ter um papel no sentido de alimentar a emergência de uma identidade de gênero (mulher agricultora).

* **2001** - SOUZA, Marcílio Soares de. *Televisão e educação formal: um estudo de recepção*. 01/03/2001. Mestrado. UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - COMUNICAÇÃO ---- O presente trabalho visa comprovar empiricamente que os níveis educacionais formais interferem na recepção de conteúdos televisivos. A partir de uma pesquisa empírica realizada em dez cidades brasileiras conclui-se que indivíduos com níveis educacionais formais diferentes recebem diversos conteúdos televisivos de forma diferente, dependendo especificamente do grau de "dificuldade" dos conteúdos. Esse estudo além de chegar a essa conclusão e discorrer a respeito das causas e conseqüências da interferência dos níveis educacionais, efetiva-se um extenso levantamento acerca das atitudes e dos comportamentos dos telespectadores perante a televisão e cria-se ainda novos conceitos para alguns grupos de telespectadores.

* **2001** - CONCEIÇÃO, Marco Aurelio Zuchi da. *Ágora Eletrônica: análise da participação política no ciberespaço - avaliação do discurso da privatização*. 01/12/2001. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - COMUNICAÇÃO ---- O ciberespaço como meio de participação política. Internet. Discurso político nos meios de comunicação. Recepção do discurso político. Discurso ideológico: como a recepção é determinada pelas características dos meios de comunicação. Mídia eletrônica e participação política.

* **2001** - BARROS JÚNIOR, Ruy Coelho de. *Temáticas sociais em telenovelas e cultura popular cuiabana: uma questão de negociação de sentidos*. 01/02/2001. Doutorado. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- A tese focaliza, na primeira parte, os discursos voltados às temáticas sociais presentes nas telenovelas brasileiras veiculadas pela mídia especializada entre 1988 e 1998. Na segunda parte desenvolve-se o trabalho de campo propriamente dito, que possui como eixo central a indagação (objetivo): como a telenovela, possuindo um papel político e social determinado e enquanto diálogo ficcional entre interlocutores,

se apresenta diante do universo da cultura popular de Cuiabá-MT, de forma a permitir a renegociação e reelaboração de significados, a partir das apropriações e/ou incorporações do conteúdo dos seus discursos por esse segmento específico da cultura.

* **2002** – KLEMM, Candice Kipper. *"TV Futura e o receptor-professor: das estratégias de circulação às apropriações de usos em contexto escolares"*. Mestrado. UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- A presente pesquisa objetiva verificar os vínculos estabelecidos pelos professores com o Canal Educativo Futura, através das estratégias de circulação em contextos escolares instituídas como elementos de promoção da proposta. São cinco as estratégias identificadas nesse trabalho: Capacitação, Mobilização comunitária, Agentes locais, Videoteca, a partir das quais são analisadas as apropriações e usos que fazem os professores dos produtos resultantes da inserção do Canal Futura na escola. Os aportes teóricos utilizados estão relacionados à problemática da recepção, do consumo simbólico e das mediações propostas pelos autores Guillermo Orozco Gómez e Jesus Martin-Barbero; das apropriações, usos e modos de consumo, desenvolvidas por Michel de Certeau; das comunidades de apropriação concebidas por Klaus Jensen.

* **2002** – OLIVEIRA, Catarina Tereza Farias de. *Escuta sonora: educação não formal. Recepção e cultura popular nas ondas das rádios comunitárias*. Doutorado. UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS - EDUCAÇÃO ---- A investigação toma as rádios comunitárias FMs, organizadas por movimentos sociais e culturais populares como objeto de estudo. A partir dessas práticas discuto que desde seu surgimento em 1922 até a década de 90 do século XX, a utilização clandestina do rádio sofreu processos de transformação do âmbito eminentemente político para se expressar também como experiências culturais que apresentam tanto características massivas quanto expressam uma lógica questionadora da sociedade de consumo. O referido trabalho traz uma discussão sobre a trajetória da cultura popular na sociedade brasileira, explicitando o processo de exposição dessas práticas aos contextos institucionais, à indústria cultural e ao consumo. A Partir da programação das rádios faço uma reflexão sobre suas proposta comunicativas, destacando as estratégias que estas emissoras utilizam para realizar processos de educação não formal. Dessa forma, o propósito educativo das rádios comunitárias não é investigado somente a partir da programação, mas é confirmado a partir dos receptores. A recepção é ponto fundamental para estudar a diversidade cultural que as emissoras procuram evidenciar na constituição de suas audiências.

* **2002** – COSTA, Celso Cerqueira. *Interatividade e Recepção na Internet: Estudo de Caso com um Site de ONG Brasileira*. 01/01/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE PAULISTA - COMUNICAÇÃO ---- Este estudo da recepção tem como objetivo investigar a relação entre interatividade e qualificação do receptor na Internet, em um estudo de caso focalizando um site cultural de ONG brasileira. A pesquisa tem como principal referencial teórico, a abordagem proposta por Figueiredo, N.M. A autora, em pesquisas no campo da biblioteconomia, estudou o comportamento de usuários num contexto amplo de avaliação de serviços e produtos de bibliotecas e de unidades de informação. As conclusões mostram ainda que as interatividades do receptor com o site escolhido seguem as premissas de um processo comunicacional da interação Homem- Computador, através de um site que no caso deste trabalho é um site cultural de uma ONG brasileira.

* **2002** – GONÇALVES, Cláudia Siqueira Caetano. *Laços Televisivos, Laços Identitários, Laços de Família*. 01/07/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS - COMUNICAÇÃO SOCIAL ---- A pesquisa baseia-se na novela "Laços de Família" (Rede Globo - 2002) e tem como propósito compreender algumas relações que se estabelecem entre a telenovela e a sociedade. Optamos por um viés teórico-metodológico que entende a comunicação de forma complexa, sendo o sentido fruto da troca do compartilhamento dos interlocutores, em situações e contextos sócio-históricos determinados. A pesquisa envolveu um estudo de recepção junto a telespectadores da referida telenovela.

* **2002** – GATTI, Daniel Couto. *Comunicação, Computação e Internet: a sociedade informacional e o n an/alfabetismo digital*. 01/11/2002. Mestrado. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA ---- O presente trabalho procurou compreender as relações existentes entre as mudanças nos processos de comunicação, os avanços da computação e a criação da Internet, como possibilidade de emancipação social e também como uma nova forma de exclusão social. De um modo geral, os resultados da investigação demonstraram que as formas de dar suporte à divulgação de idéias e representações em meios eletrônicos, priorizando o processo de recepção e apropriação de informação pelos usuários do serviço de Internet, estabeleceu possibilidades democratizantes e realidades reiteradoras de processos de exclusão social. Por fim, procurou-se compreender os caminhos das novas possibilidades comunicativas, com a criação de uma forma de comunicação via rede de computadores, com características inovadoras, inaugurando uma forma de interatividade completamente nova e promissora.

* **2002** - SILVA, Denise Teresinha da. *"Mulher e publicidade: um estudo da produção e da recepção da identidade da mulher-mãe na mídia televisiva"*. 01/02/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- Essa dissertação procura analisar as diferentes lógicas de construção e apropriação de sentido na relação produção-produto e recepção-produto, envolvendo a imagem da mulher-mãe, no processo de comunicação publicitária televisiva, a partir dos pressupostos teóricos que incluem os estudos sobre comunicação, televisão, publicidade, cultura, identidade, gênero, feminismo e investigações sobre os receptores. A pesquisa foi estruturada em três eixos: produção, produto e recepção. O produto midiático aqui referido são as campanhas de dia das mães do ano de 2002 das lojas Colombo e da

Renner (lojas de departamento) e da Claro Digital (operadora de telefonia móvel, celular), elaborados em conjunto com as agências Escala, Paim e DCS, respectivamente.

* **2002** - SALGADDO, Gilberto Barbosa. *Comunicação e Recepção: o impacto da hipermídia no universo simbólico do leitor*. 01/05/2002. Doutorado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - COMUNICAÇÃO --- -- O trabalho visa a caracterizar o impacto, em termos de recepção e comunicação, da hipermídia no universo simbólico do leitor contemporâneo. O objeto foi analisado por várias correntes teóricas e submetido a pesquisa empírica, realizada, simultaneamente, na esfera real (quantitativa e qualitativa) e na rede (virtual), testando, inclusive, nova modalidade, denominada método delphy. Uma projeção de cenários futuros, para políticas públicas acerca do livro, foi realizada.

* **2002** – COSTA, Leticia Maria Pinto. *"Vozes Disonantes na imprensa do interior": A produção e a recepção do jornal "A voz do Vale do Paraíba"*. 01/02/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO - COMUNICAÇÃO SOCIAL ---- Este estudo analisa a rotina produtiva do jornal "A Voz do Vale do Paraíba", localizado no município de Taubaté, SP, enfocando suas relações com as assessorias de imprensa de órgãos públicos locais, o conteúdo das matérias sobre política por ele veiculadas e a recepção do jornal junto a seus respectivos leitores. (...) A análise da recepção, em especial, fundamentou-se nas correntes dos usos e gratificações, agenda setting e hipótese dos efeitos limitados. As técnicas utilizadas na verificação das formas de produção do jornal foram entrevistas semi-estruturadas e análise de conteúdo. Para verificar a recepção, adotou-se a técnica de questionário estruturado.

* **2002**- AFONSO, Lúcia Helena Rincon. *Análises de Imagens de Mulher e Trabalho na Telenovela Brasileira (1999/2001) A força da Educação Informal e a Formação de Professores/as*. 01/09/2002. Doutorado. UNIVERSIDADE EST.PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO/MARILIA - EDUCAÇÃO ---- Este trabalho analisa as representações de imagens de mulher projetadas em duas telenovelas brasileiras, Vila Madalena (1999/2000) e Laços de Família. É uma análise que se faz com a perspectiva de compreender como este gênero narrativo, a telenovela, constrói e divulga tipos sociais, estereótipos, modelos, imagens que, num forte processo de interação entre emissão e recepção, serão apropriados por parte dos /as receptores /as. É um olhar feminista, que procura valorizar os Meios de Comunicação como meios de educação informal, que se situem a serviço da formação de pessoas autônomas e da construção de uma sociedade emancipada.

* **2002** – BARBOSA, Luciene Cecília. *Louca Paixão: questões raciais na telenovela sob o olhar do receptor*. 01/10/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- O objetivo desta pesquisa é analisar a recepção da imagem do negro na telenovela Louca Paixão, escrita por Yves Dumont, exibida de março a setembro de 1999, pela rede Record. Por meio da apropriação de alguns recursos dos estudos de recepção, são analisados os diálogos das personagens envolvidas no contexto da temática racial na telenovela e a leitura desses diálogos realizada pelas famílias branca e negra. A interseção entre as perspectivas históricas, sócio-antropológicas e as teorias da recepção possibilita uma melhor compreensão do processo receptivo sob o enfoque aqui apresentado.

* **2002** – RETT, Lucimara. *Comunicação, cultura e TV regional: TV vanguarda no Vale do Paraíba*. 01/02/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE PAULISTA - COMUNICAÇÃO ---- Através de um estudo de caso da TV Vanguarda, afiliada da Rede Globo com sede em São José dos Campos, SP, esta dissertação destaca a importância da presença da TV regional na comunidade, não somente como instrumento de preservação da cultura local, mas também como veículo mobilizador de ações sociais e culturais na região onde atua. São analisados também, os processos de produção e recepção na TV regional, sua relação com a rede, bem como as especificidades e as perspectivas para esse veículo de comunicação.

* **2002** – CUNHA, Magda Rodrigues da. *O valor de permanência do rádio. Um estudo dos efeitos pela Estética da Recepção*. 01/01/2002. Doutorado. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL - LINGÜÍSTICA E LETRAS ---- O trabalho propõe-se a demonstrar o valor de permanência do rádio ao longo de um século de existência, à luz da Estética da Recepção, proposta por Jauss (1994). Nesse período de existência, o meio radiofônico sofre mudanças e adaptações, sob diferentes aspectos, e atravessa o século XX. Tal variável mostra-se significativa para uma proposta de estudo da recepção, utilizando uma teoria própria dos estudos literários para analisar outro objeto, neste caso, um meio de comunicação de massa.

* **2002** - MOURA, Maria Aparecida. *Semiótica e Mediações Digitais: o processo de criação e recepção de hipermídias*. 01/09/2002. Doutorado. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA ---- Este trabalho trata dos processos contemporâneos de geração de signos decorrentes das relações estabelecidas entre criadores e receptores de mídias digitais. Para tanto, a presente pesquisa tomou por estratégia de investigação as atividades, atitudes, percepções e as representações dos sujeitos envolvidos nos processos de criação e recepção de hipermídias. As mediações digitais foram compreendidas, no âmbito deste trabalho, a partir da teoria semiótica de Charles Sanders Peirce.

* **2002** - WENZEL, Maria Cristina Rosa. *O Desenho Animado: o discurso-imagem*. 01/02/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS - EDUCAÇÃO ---- Nosso trabalho é uma abordagem crítica dos valores transmitidos pelo desenho animado 'Os Simpsons' a partir da natureza de sua relação com a realidade social em termos de análise do grau de compreensão da mensagem pelo receptor juvenil, na faixa de 11 a 15 anos. Buscamos em nossa leitura compreender os mitos naturalizados no espaço social e, conseqüentemente, no processo de produção e recepção, ou seja, a partir de sua relação com o imaginário individual e coletivo que

determinam tanto os caminhos percorridos no processo de criação, como os percorridos no processo de leitura do desenho.

* **2002** – GOIDANICH, Maria Elisabeth. *Consumo e Cidadania: a publicidade e a educação dos adolescentes*. 01/05/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - EDUCAÇÃO ---- A proposta deste trabalho foi identificar razões que dêem suporte para uma educação que tome a publicidade e suas mensagens, sejam comerciais ou políticas, como objetos de estudo em sala de aula, considerando que esta pode ser a chave que abre as portas da reflexão sobre o significado do consumo na sociedade e na vida de cada indivíduo, fazendo as articulações necessárias a uma tomada de consciência e à emancipação que permitirá aos jovens tomarem conta das próprias vidas. Para atingir nossos objetivos, construímos trabalho com base em autores que discutem as influências da evolução da comunicação, incluída aí a publicidade, sobre a globalização da cultura (Mattelart, Belloni, Canclini) e sobre a construção das identidades (Giddens, Hall), passando pelos teóricos da Escola de Frankfurt que, entre outros tantos, discutem as complexas relações que se estabelecem entre indivíduos, sociedade e mídia. Buscamos, também, em autores que estudam a recepção e as mediações na atualidade e traçam uma relação dessas com a educação de crianças e jovens para a leitura crítica dos meios e de suas mensagens, como Orozco, Buckingham, Belloni e muitos outros, os subsídios para investigar o comportamento, as opiniões e a forma como adolescentes da cidade de Florianópolis se apropriam das mensagens publicitárias inseridas nas programações midiáticas e sua relação com o consumo, a cidadania e a política. Sendo este o ápice deste trabalho, uma vez que fomos a campo para esta investigação.

* **2002** – SILVA, Neusa Marina Ferreira da. *Fala, garoto :estudo da relação social estabelecida no diálogo televisivo entre o apresentador Sérgio Grossmann e o público jovem*. 01/04/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- Este trabalho analisa a relação entre o discurso da mídia, veiculado pelo comunicador Sérgio Groismann e as interpretações e usos de seus receptores, os adolescentes. O referencial teórico se pautou na abordagem das mediações, lugar de constituição dos significados, refletindo a relação comunicação/educação como campo do conhecimento que se instaura na emergência de tantas e vertiginosas transformações. Os significados não acontecem no meio televisivo, mas no território entre apresentador e espectador, na maneira com que se conduz a interlocução. Há uma dinâmica nesse diálogo que propicia uma recepção ativa. Por isso esse receptor se faz simultaneamente emissor.

* **2002** – MIGUEZ, Ricardo Correia. *The Simpsons takes the United States: Postmodernism and (de) construction of the American Dream*. 01/08/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - LETRAS ---- Esta dissertação analisa diversas facetas do desenho Os Simpsons à luz de algumas teorias tratando da condição pós-moderna na produção artística do final do século XX, de alguns estudos sobre as teorias da recepção, assim como faz um breve comentário histórico sobre a evolução do termo "Sonho Americano". Ela avalia a afirmação inicial de que Os Simpsons pode ser entendido como um divulgador de ideologias políticas e sociais e também como uma poderosa arma da mídia tanto para consolidar como para criticar a atual crença dos norte-americanos no "Sonho Americano".

* **2002** - PAVAN, Ricardo. *"Música sertaneja: mediações e midiatisações na conexão popular/massivo"*. 01/02/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- Compreender de que forma se dão as conexões popular/massivo na produção e recepção da música sertaneja é o nosso principal objetivo. Para desvendá-lo, estabelecemos um recorte que contemplasse duas regiões em que se pudesse constatar traços mediadores da cotidianidade rural e urbana. De caráter qualitativo, a pesquisa ainda procura caracterizar a pluralidade de perspectivas de tempo e espaço que se manifestam nos diferentes modos de apropriação. A coleta dos dados aconteceu por meio de entrevistas semi-estruturadas, junto a produtores e receptores de duas emissoras de rádio FM que, conforme mencionamos, pudessem trazer explicações sobre esse diálogo entre a música sertaneja e seus ouvintes, bem como das práticas comunicacionais que permitem a identificação entre os dois pólos.

* **2002** - ANDRELO, Roseane. *TV a Cabo: um estudo qualitativo da audiência*. 01/05/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE EST.PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO/BAURU - COMUNICAÇÃO ---- O cabo, aliado ao satélite, não mudou apenas a forma de distribuição do sinal televisivo, mas também a quantidade de canais oferecidos, a origem dos mesmos, a legislação que rege a TV a cabo, o fato de a audiência ter que pagar para ter acesso a ela e, por fim, as condutas da audiência na recepção - objeto da parte empírica da dissertação. Com base nos conceitos de mediação e de interatividade, a recepção é vista como o momento onde se dá a comunicação e não mais como uma mera etapa do processo comunicacional. Para avaliar os impactos da TV a cabo, o trabalho realiza um estudo de audiência, com duas abordagens - grupo focal e questionário com perguntas abertas.

* **2002** – ADOUE, Sílvia Beatriz. *Cinema de Ficção Científica e Alfabetização Cinematográfica. Duas Experiências. Estudo Comparativo Entre São Paulo e Argentina*. 01/04/2002. Mestrado. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - INTEGRAÇÃO DA AMÉRICA LATINA ---- Neste trabalho comparam-se duas experiências de alfabetização cinematográfica com filmes de Ficção Científica em 7ª séries de duas escolas de classe média, uma em São Paulo e outra em Buenos Aires. Essas experiências de alfabetização audiovisual crítica focalizam tanto os elementos da "gramática" cinematográfica quanto os procedimentos narrativos comuns a outras linguagens. Esses elementos e procedimentos produtores de sentido são estudados enquanto ideologia considerando o seu contexto de produção e recepção.

* **2002** - MARTINS, Sílvia Koch. *Recepção televisiva na adolescência: em evidência o humor*. 01/02/2002. Doutorado. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL - LINGÜÍSTICA E LETRAS ---- Recepção televisiva na adolescência: em evidência o humor é resultado de pesquisa qualitativa juntos a adolescentes e jovens de classe ABC, com idade entre 15 e 24, anos residentes em Porto Alegre, que estudam em escolas particulares, acerca dos programas de auditório e seus apresentadores. Os resultados foram analisados através dos seguintes autores: John Thompson, Robert Jauss e Patrick Charaudeau..

* **2003** – FERNANDES, Adriana Hoffman. *As mediações na produção de sentidos das crianças sobre os desenhos animados*. Mestrado. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO – EDUCAÇÃO ---- Esta pesquisa teve como objetivo perceber o contexto da relação da criança com a TV, especialmente com os desenhos animados. Elegemos a orientação teórico-metodológica da Teoria da Recepção na linha dos Estudos Culturais Latino-americanos tendo como eixo o conceito de cultura enquanto mediação da produção de sentidos da criança, encarando a criança como sujeito ativo e produtor de sentidos. A recepção, nessa perspectiva, é vista como social e por isso a metodologia definida para o estudo foi também coletiva, através de oficinas e entrevistas em grupo, realizadas em duas escolas pública e particular da zona sul do Rio de Janeiro.

* **2003** – RAMOS, Alexandre Dias. *Mídia e Arte: aberturas contemporâneas*. Mestrado. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - EDUCAÇÃO ---- Esta pesquisa trata da influência da mídia na vida cotidiana, no sistema de produção, circulação e recepção da arte, e nos dispositivos culturais de aprendizagem, dentro e fora da escola. Investiga, no campo polissêmico do fluxo da vida pós-moderna, possibilidades de aparecimento de uma rede de conhecimento atenta às novas estruturas informacionais, capaz de absorver e produzir uma cultura propriamente contemporânea. Parte do pressuposto de que o olhar voltado para a apreensão dessa paisagem contribui para uma melhor reflexão sobre a arte e seus modos de organização simbólica e, conseqüentemente, à formação de novos públicos ligados à cultura.

* **2003** - OLIVEIRA, Eva Aparecida de. *o cotidiano na tela da TV e a esfera educacional*. 01/09/2003. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS - EDUCAÇÃO ---- Este trabalho é o resultado de uma análise de um programa folhetinesco de televisão. O recorte do objeto de estudo se constituiu a partir da aplicação de um questionário em duas escolas públicas de Jataí-GO, sendo uma estadual e outra federal(...). O trabalho conclui apontando que é possível identificar conseqüências para o processo educativo dos jovens em contato com o Programa Malhação, como também aponta a emergência na sociedade da esfera da cotidianidade, captada pelo programa. Por fim, indica novas frentes de pesquisa, principalmente no contexto da cotidianidade da própria escola para identificar o processo de recepção das influências potenciais do Programa Malhação que são apontadas a partir do presente estudo.

* **2003** - DANTAS, Gerson Severo Oliveira. *O boi-bumbá de Parintins como fenômeno da comunicação de massa: um estudo da recepção das mensagens ecológicas veiculadas por caprichoso e garantido durante o Festival Folclórico de 2002*. 01/03/2003. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS - SOCIEDADE E CULTURA NA AMAZÔNIA. ---- A pesquisa mostra que a compreensão das mensagens ecológicas veiculadas por meio das diversas atrações levadas à arena do Centro Cultural Amazonino Mendes, o bumbódromo, por garantido e caprichoso depende não apenas da forma como elas são codificadas pelo produtor da mensagem, mas também pela força das mediações socioculturais que afetam a vida do receptor, bem como sua ligação com as temáticas ecológicas, que o predispõem para ser sensibilizado por este tipo de mensagem. O eixo condutor da pesquisa passa pelos estudos da Teoria da Recepção.

* **2003** - MARQUES, Jane Aparecida. *As 1001 faces do garoto Bom Bril: um estudo da produção/recepção do discurso publicitário veiculado na mídia impressa*. 01/04/2003. Mestrado. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- Este estudo tem por objetivo analisar a linguagem publicitária, utilizando-se do aporte teórico da Análise do Discurso e de uma pesquisa qualitativa, para compreender como se constituem os sentidos no processo de interação discursiva. Tomam-se os conceitos bakhtinianos de intertextualidade e polifonia, procurando entender como estes são percebidos e apreendidos pelo público consumidor e qual o papel por eles exercidos na ressignificação levada a efeito pelos leitores.

* **2003** – LACERDA, Juciano de Sousa. *Redes digitais de solidariedade social : as estratégias e táticas de produção de significação em redes sociais de comunicação mediatizadas pelo digital : um estudo de caso da Recomsol - Rede de Comunicadores Solidários à Criança*. 01/02/2003. Mestrado. UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- Este trabalho quer investigar as transformações no processo de produção de significações dos membros da Rede de Comunicadores Solidários à Criança (Recomsol), no ambiente digital da lista de discussão <Comunicalist@>, identificando-o como novo lugar de produção de significações, em que os participantes desenvolvem táticas e estratégias de comunicação, fazem usos e apropriações específicos e desenvolvem e fortalecem vínculos com o grupo. Para isso, construímos um procedimento metodológico plural e flexível de observação dos ambientes presencial e digital, tendo como base as táticas e estratégias construídas nos usos e consumos dos produtos da técnica, de Michel De Certeau; a noção de materialidade discursiva de Eliséo Verón para analisar e-mails como produtos que ofertam "contratos de leitura", além de desenvolver a produção e recepção partindo das habilidades e competências comunicativas e suas relações com as tecnologias, sob a perspectiva das mediações socioculturais de Jesus Martín-Barbero.

* **2003**- NATANSOHN, Leonor Graciela. *Consultando Médicos na Televisão: meios de comunicação, mulheres e saúde reprodutiva*. 01/06/2003. Doutorado. UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA - COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEA ---- A tese, apresentada perante o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura

Contemporâneas da UFBA, tem como objetivo analisar os sentidos, em produção e em recepção, em dois programas populares da televisão brasileira, um programa nacional e um local, nos quais especialistas em saúde reprodutiva respondem a consultas do público, programas que denominamos 'tele-consultas médicas'. Utilizando o referencial teórico dos Estudos Culturais, pensamos o papel da televisão na contemporaneidade, revisando os estudos de comunicação recepção que assumiram essa mídia como objeto principal de trabalho, bem como indagando a pertinência de trabalhos feministas em saúde e comunicação postas em cena desde os anos 70.

* **2003** – SCHRAMM, Luanda Dias. *A televisão e as múltiplas vozes dos adolescentes: um estudo de recepção sobre o assassinato do índio Galdino*. 01/08/2003. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE - COMUNICAÇÃO, IMAGEM E INFORMAÇÃO ---- O objetivo central desta dissertação é realizar um estudo de recepção entre grupos de adolescentes da Brasília. A pesquisa pretende interpretar as leituras dos telespectadores de notícias televisivas sobre violência, por meio de uma etnografia da audiência, para analisar algumas mediações culturais presentes na interpretação do assassinato do índio pataxó Galdino Jesus dos Santos por cinco jovens da cidade. O trabalho pretende investigar como as leituras estão relacionadas à posição social dos indivíduos. O interesse principal reside em como a interpretação individual de notícias televisivas pode estar relacionada ao repertório sócio-cultural dos leitores. As leituras particulares das mensagens são enquadradas por práticas e formações culturais compartilhadas. A posição social articula-se através de discursos particulares e produz tipos específicos de leituras. O sentido do texto é construído diferentemente conforme os discursos particulares e produz tipos específicos de leituras.

* **2003** - DORNELES, Luciana Bochi. *"Adolescentes Privado de Liberdade e a Televisão: estudo do meio como mediação."*. 01/09/2003. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO ---- Este estudo tem como objetivo central verificar como os adolescentes privados de liberdade, internos em três casas da FASE-RS, relacionam-se com a televisão antes e durante a sua internação e de que forma este meio de comunicação de massa atua como uma mediação entre a instituição e a sociedade. Os objetivos específicos foram: identificar qual o lugar da televisão na rotina diária dos adolescentes privados de liberdade, antes e durante a internação; conhecer a percepção que esses jovens têm da televisão e das mensagens veiculadas por ela, principalmente dos seus programas favoritos; verificar o grau de relevância para estes jovens e como este meio opera como mediação. Para tanto, adotou-se como referencial teórico central o Modelo das Múltiplas Mediações, proposto pelo pesquisador Guillermo Orozco Gomez, que define a recepção televisiva como um processo complexo que abrange múltiplas interações da audiência com a TV, sendo objeto de múltiplas mediações.

* **2003**- LORETO, Maria Mariz. *Televisão e Nordestinos: identidade regional e leitura diferenciada*. 01/03/2003. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - COMUNICAÇÃO ---- Pesquisa qualitativa que visa a analisar a recepção dos discursos televisivos, especialmente da telenovela, por migrantes nordestinos de classe popular, que têm ligação com a Feira de São Cristóvão. A Feira aparece como um espaço de manutenção de valores e símbolos da cultura popular nordestina. Está-se falando, pois, das mediações que passam pela identidade cultural e pela classe social, para verificar se a identidade regional interfere na leitura que fazem dos conteúdos massivos e na negociação de sentido. Verificando se o vínculo com a Feira, e o que ela representa, reforça a identidade regional nordestina, analisa os modos como os migrantes se vêem retratados na televisão e na telenovela.

* **2003** – GUTBIER, Maria Suziane. *Mídia e identidade regional: negociações da gauchidade na recepção das propagandas políticas no RS*. 01/03/2003. Mestrado. UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ---- Esta pesquisa analisa as construções das identidades regionais nas e pelas Propagandas Eleitorais Gratuitas Televisivas (PEGTs) do ano de 2002, no Rio Grande do Sul. Nessa análise o foco recai especificamente sobre as negociações da gauchidade, considerada como uma representação identitária baseada na imagem mítica dos gaúchos difundida por práticas tradicionalistas, por instituições como a Escola e pelos discursos midiáticos ou midiáticos. A gauchidade é invocada e percebida emotivamente, e as propagandas, ao mesmo tempo em que buscam realizar seus propósitos político-eleitorais, invocam, renovam, reconstruem e atualizam essa gauchidade.

* **2003** - ALENCAR, Marlúcia Cereja de. *Mídia e Educação: um olhar sobre a recepção televisiva*. 01/09/2003. Doutorado. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - COMUNICAÇÃO ---- Este trabalho se propõe a investigar a forma como está ocorrendo o processo de recepção das mensagens televisivas por parte dos professores, na perspectiva de construção de uma ação didática voltada à educação para a mídia. Toma como referência de análise as mediações tipificadas para este estudo - mediação contextual e mediação pedagógica - a partir das múltiplas mediações categorizadas pelo pesquisador Guillermo Orozco Gomes. Defende-se a tese de que o processo de recepção das mensagens televisivas por parte de professores interfere de forma a facilitar ou dificultar a construção de uma ação didática voltada para a educação no sentido da mídia, em busca de um processo de aprendizagem que conduza à formação de alunos-receptores autônomos e críticos frente aos meios. Para tanto, realiza-se uma pesquisa de campo que envolve professores de ensino fundamental (5ª a 8ª série), do município de Campos dos Goytacazes. RJ.

* **2003** - FIGUERÊDO, Rosalia de Oliveira. *O Teleitor em O Auto da Compadecida e em Cidade de Deus*. 01/12/2003. Mestrado. UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO – LETRAS ---- A dissertação intersemiótica, explorando o diálogo entre a literatura e as imagens midiáticas da televisão e do cinema, através de duas obras literárias adaptadas para esses meios tecnológicos: O Auto da Compadecida, de Ariano Suassuna e Cidade de

Deus, de Paulo Lins. Ambas transposições de grande recepção junto ao público. Criamos a expressão teleitor com o intuito de localizar um novo sujeito, ou seja, é o nosso leitor aquele que depois de ver um filme ou outro tipo de adaptação literária transpostas para as telas da televisão ou do cinema, sente a necessidade de ir em busca do livro que serviu de base para a produção e que foi a fonte primeira para a criação artística. Dessa forma, estabeleceremos ao longo do trabalho, caminhos que nos levarão à comprovação desta assertiva.

* **2003**- RICCIO NETO, Vicente. *A Tela da Lei: Ratinho e a Construção Mediática do Justo*. 01/06/2003. Doutorado. INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE PESQUISA DO RIO DE JANEIRO - SOCIOLOGIA ---- O presente trabalho procura analisar como concepções populares sobre o justo são tematizadas na mídia, por meio de um reality show, em um contexto de acentuada presença do direito na vida social. Após analisar tal questão, a pesquisa sustenta que não é possível explicar o problema a partir de uma teoria geral a respeito do mesmo. Para atingir este objetivo parte-se da idéia de que a legalidade não pode ser entendida somente a partir das atitudes dos indivíduos em relação ao sistema jurídico oficial, mas deve ser compreendida em razão de sua construção cotidiana. O objetivo de análise escolhido foi o Programa do Ratinho, em que o discurso sobre o justo é a tônica da atração. Após estudar seus conteúdos, a pesquisa demonstra a existência de três discursos sobre o justo: penal, civil e social. Tais discursos foram a base para o estudo de recepção do programa, que cotejou a leitura de espectadores regulares do programa com a leitura de operadores do direito. Ao final, a pesquisa demonstrou que tanto os espectadores e os profissionais são críticos em relação ao programa, apresentando um entendimento contextualizado e pragmático a respeito

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)